
Potencial de Internacionalização das Pequenas e Médias Empresas da Região
Norte de Portugal

Miguel Filipe Rodrigues Carvalho

Relatório de estágio
Mestrado em Economia

Orientado por
Prof. Doutora Rosa Maria Correia Fernandes Portela Forte

2018

Breve nota biográfica

Miguel Filipe Rodrigues Carvalho nasceu a 18 de abril de 1994 na cidade de Aveiro. Licenciou-se em Economia, em julho de 2015, pela Universidade de Aveiro e no mesmo ano ingressou no mestrado em Gestão na referida instituição. Desde setembro de 2016 que se encontra a realizar o mestrado de Economia na Faculdade de Economia do Porto, o qual completará com a defesa do presente relatório de estágio.

Entre setembro de 2017 e janeiro de 2018 realizou o estágio curricular na empresa Triconsulte – Serviços de Apoio à Gestão, Lda, fator crucial para aumentar o conhecimento sobre a área da internacionalização e ter um primeiro contacto com o mundo empresarial.

Agradecimentos

A realização do presente relatório de estágio revelou-se extremamente desafiante, tendo havido pessoas fundamentais, sem as quais não teria sido possível a sua concretização.

Desde já um agradecimento especial à minha orientadora, a Prof. Doutora Rosa Forte, pela total disponibilidade, por toda a orientação e pelo constante incentivo em que eu desse o melhor de mim.

Aos meus pais, os meus pilares, um sentido agradecimento por todo o carinho e compreensão em todos os momentos, sobretudo os mais difíceis.

Aos meus amigos, um agradecimento por todo o suporte e ânimo que me concederam.

Por último, um agradecimento especial ao Dr. Rui Trigo de Moraes, meu tutor e proprietário da Triconsulte – Serviços de Apoio à Gestão, Lda, pela oportunidade e por todos os ensinamentos.

Resumo

Atualmente, as empresas enfrentam crescentes desafios provenientes das novas tendências relativas ao processo de globalização e inerente desenvolvimento tecnológico. Estes desafios colocam-se de uma forma particular às Pequenas e Médias Empresas (PME), representativas de 99,9% do tecido empresarial português, que têm vindo a concretizar substanciais investimentos no sentido de se expandirem internacionalmente. Neste contexto, o presente trabalho resulta de um estágio curricular realizado na empresa “Triconsulte – Serviços de Apoio à Gestão, Lda”, que teve como objetivo primordial o estudo do potencial de internacionalização das PME da região norte de Portugal, de um ponto de vista setorial e regional (através de NUTS III), nomeadamente através da exportação.

A exportação é o modo de entrada nos mercados internacionais mais simples e maioritariamente escolhido pelas PME, visto que este tipo de empresas possui, frequentemente, diminutos recursos financeiros, humanos e tecnológicos que lhes permitam adotar outro tipo de modo de entrada. Assim, com base numa amostra de 5.738 PME, o presente trabalho repartiu as empresas em três grupos (não exportadoras/exportadoras/exportadoras esporádicas) e, através da utilização do teste não paramétrico de Kruskal-Wallis e de Dunn, avaliou em que medida as empresas exportadoras apresentam características diferentes das empresas não exportadoras e exportadoras esporádicas, nomeadamente no que concerne à dimensão (número de empregados e volume de negócios total), idade, produtividade e inovação, assim como conclui quanto a diferenças e similitudes entre setores de atividade e entre regiões. Após analisar as características das empresas dos três diferentes grupos, concluiu-se que as empresas com maior propensão a exportar e superior potencial a internacionalizar pertencem aos setores de atividade Alimentar e Bebidas, Calçado, Maquinaria e Material Elétrico e Material de Transporte, e localizam-se nas regiões do Alto Minho, Área Metropolitana do Porto, Douro e Tâmega e Sousa. Estes resultados são ainda relevantes do ponto de vista político, na medida em que poderão auxiliar os seus decisores na formulação de estratégias adequadas de apoio à internacionalização das PME.

Códigos JEL: F20, L25

Palavras-chave: Propensão à exportação, Internacionalização, Pequenas e Médias Empresas (PME), Região Norte de Portugal.

Abstract

Nowadays, the companies face increasing challenges arising from the new trends of the globalization process and technological development. These challenges are particularly significant for Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs), which represent 99,9% of Portuguese economy and have made substantial investments in order to expand internationally. In this context, the present work results from a curricular internship at the company “Triconsulte – Serviços de Apoio à Gestão, Lda” and the main objective was to study the internationalization potential of SMEs in the north region of Portugal, in two points of view: sectorial and regional (by NUTS III), particularly through export.

Export is the easiest and mostly chosen entry of mode into the international markets by SMEs because this type of enterprises has, frequently, scarce financial, human and technological resources to enable them to adopt another entry of mode. Thus, based on a sample of 5.738 enterprises, the present work divided the companies into three groups (non exporters/ exporters/ sporadic exporters) and – by run the non parametric test of Kruskal-Wallis and Dunn – the main objective was to evaluate if the exporters have distinctive characteristics from the non exporters and sporadic exporters, namely about size (number of employees and total turnover), age, productivity and innovation, as well as understand the differences and similarities between sectors of activity and regions. After the analysis of internal characteristics of all of enterprises, the present study concluded that the enterprises with high export propensity and internationalization potential belong to the sectors Food & Beverage, Shoe, Machinery and Electric Material and Transportation Material, and are located in the regions of Alto Minho, Área Metropolitana of Porto, Douro and Tâmega and Sousa.

These results are still relevant in political point of view, because it can helps the policy-makers to formulate appropriate strategies in order to stimulate the internationalization of SME.

JEL codes: F20, L25

Key-words: Export propensity, Internationalization, Small and Medium-Sized Enterprises (SME), North region of Portugal.

Índice de conteúdos

Breve nota biográfica	i
Agradecimentos	ii
Resumo	iii
Abstract	iv
Índice de conteúdos	v
Índice de quadros	vii
Índice de figuras.....	viii
Lista de abreviaturas.....	ix
Introdução	1
Capítulo 1 - Revisão de literatura	4
1.1 Definição dos conceitos-chave	4
1.2 Modos de entrada nos mercados internacionais	4
1.3 Teorias de Internacionalização	8
1.4 Determinantes da propensão à exportação das PME-Evidência empírica	12
1.4.1 Fatores internos à empresa	13
1.4.2 Fatores externos à empresa.....	20
Capítulo 2 – Considerações metodológicas	24
2.1 Metodologia	24
2.2 Recolha dos dados e caracterização da amostra.....	25
2.3 Análise descritiva das variáveis em análise	28
Capítulo 3 - Resultados empíricos.....	34
3.1 Comparação das características das empresas por estatuto	34
3.2 Análise por setor de atividade	36
3.3 Análise por região	39
3.4 Discussão dos resultados	44
Capítulo 4 - Estágio curricular.....	47
4.1 Triconsulte – Serviços de Apoio à Gestão, Lda.....	47
4.2 Funções desempenhadas no estágio	47
4.2.1 Motivações para a internacionalização	49
4.2.2 Modos de entrada nos mercados externos	50
4.2.3 Principais obstáculos encontrados no processo de internacionalização	51

Conclusões.....	54
Referências bibliográficas	57
ANEXO 1	62
ANEXO 2	63
ANEXO 3	65
ANEXO 4.....	67
ANEXO 5	68
ANEXO 6	69
ANEXO 7	70
ANEXO 8	71
ANEXO 9	72
ANEXO 10.....	73

Índice de quadros

Quadro I: Síntese dos estudos empíricos sobre o efeito das variáveis analisadas na propensão à exportação.....	21
Quadro II: Número de PME da região norte de Portugal - repartição por setor de atividade e NUT III.....	26
Quadro III: Caracterização das empresas por estatuto – análise por setor de atividade e por região.....	27
Quadro IV: Análise descritiva das características das empresas.	28
Quadro V: Evolução anual das características das empresas.	30
Quadro VI: Médias globais para as diferentes variáveis – análise setorial do período 2010-2016.....	31
Quadro VII: Médias globais para as diferentes variáveis – análise regional do período 2010-2016.....	32
Quadro VIII: Comparação das características das empresas, por estatuto, no espaço temporal 2010-2016.....	34
Quadro IX: Comparação das características por estatuto de empresa – análise por setor de atividade do período 2010-2016.	37
Quadro X: Comparação das características por estatuto de empresa – análise por região do período 2010-2016.....	41
Quadro XI: Número de empresas que respondeu ao inquérito - Repartição por setor de atividade e NUT III.....	48

Índice de figuras

Figura 1: Modos de Entrada nos Mercados Internacionais.....	5
---	---

Lista de abreviaturas

CAE – Classificação Portuguesa das Atividades Económicas

EUA – Estados Unidos da América

I&D – Investigação e Desenvolvimento

PME – Pequenas e Médias Empresas

VAB – Valor Acrescentado Bruto

Introdução

O presente trabalho insere-se no âmbito de um estágio curricular, realizado entre setembro de 2017 e janeiro de 2018, na empresa Triconsulte – Serviços de Apoio à Gestão, Lda, fundada em 1991, e que possui como “core business” serviços de consultoria estratégica. Trata-se de uma organização constituída por um grupo de consultores multidisciplinar, com uma cultura multinacional intrínseca e que fornece uma vasta gama de serviços de consultoria de suporte ao setor empresarial.

O objetivo principal do estágio visou o estudo do potencial de internacionalização das Pequenas e Médias Empresas (PME) da região norte de Portugal, de modo a identificar clusters e setores/domínios prioritários na região. Neste sentido, o estudo divide-se em duas vertentes. Por um lado, é realizada a análise via setores de atividade, focada nos seguintes setores e respetiva Classificação Portuguesa das Atividades Económicas (CAE): indústria alimentar e indústria das bebidas (CAE 10 e 11), fabricação de têxteis e indústria do vestuário (CAE 13 e 14), indústria do couro e dos produtos do couro (CAE 15), fabricação de artigos de borracha e de matérias plásticas (CAE 22), indústrias metalúrgicas de base e fabricação de produtos metálicos, exceto máquinas e equipamentos (CAE 24 e 25), fabricação de equipamento elétrico, máquinas e equipamentos (CAE 27 e 28), fabricação de veículos automóveis, reboques, semi-reboques e componentes para veículos automóveis e fabricação de outro equipamento de transporte (CAE 29 e 30) e fabricação de mobiliário e de colchões (CAE 31). Devido à extensa caracterização das diferentes CAE, optou-se por agregar alguns setores de atividade, como evidenciado no anexo 1. Por outro lado, realizar-se-á um estudo regional tendo em conta oito NUTS III (Alto Minho, Alto Tâmega, Área Metropolitana do Porto, Ave, Cávado, Douro, Tâmega e Sousa e Terras de Trás-os-Montes). Nesta sequência, advirão conclusões extremamente pertinentes sobre o potencial de internacionalização das respetivas organizações, procurando verificar similitudes e diferenças entre setores de atividade, bem como entre NUTS III.

O processo de internacionalização tem sido considerado, de forma crescente, uma ferramenta decisiva no sucesso empresarial. Oviatt & McDougall (1994) afirmam que optar pela diversificação internacional é uma opção estratégica relevante para todas as empresas, acrescentando que durante as últimas décadas tem havido uma mudança na tendência de internacionalização, uma vez que as PME têm desempenhado um papel cada vez mais ativo nos mercados internacionais. A este respeito, segundo a base de dados PORDATA, no ano de 2016, 99,9% do tecido empresarial português era constituído por PME. Este tipo de

empresas internacionaliza-se, sobretudo, através de exportações, visto que não apresenta, geralmente, recursos suficientes para considerar modos de entrada mais dispendiosos (Dalli, 1995), sendo que no caso das PME portuguesas, o processo de exportação é de tal ordem importante, que dele depende, muitas vezes, a continuidade das empresas em atividade (Lages & Montgomery, 2004).

Neste sentido, dada a importância das PME na economia portuguesa, é motivação do presente estudo enquadrar o potencial de internacionalização destas empresas, restritas aos 8 setores de atividade acima elencados e numa região específica, a região norte. Ao incidir sobre o potencial de internacionalização das PME da região norte, dos pontos de vista setorial e regional, o estudo estará a contribuir para preencher um espaço teórico que ainda se encontra relativamente inexplorado, bem como será relevante do ponto de vista político, uma vez que poderá auxiliar os decisores políticos na formulação de estratégias adequadas de apoio à internacionalização. Adicionalmente, o presente trabalho está perfeitamente enquadrado nos objetivos da empresa, uma vez que faz parte da visão estratégica da mesma envolver-se em projetos direcionados para o estudo de mercados de cariz internacional numa vertente de consultoria financeira.

Por forma a avaliar o potencial de internacionalização e com base numa amostra de empresas da região norte de Portugal dos setores acima elencados, adotar-se-á uma metodologia quantitativa, que visa compreender quais os setores de atividade e regiões com maior potencial a exportar.

O relatório de estágio aqui exposto dividir-se-á em quatro capítulos. O Capítulo 1 expõe uma revisão de literatura que pretende apresentar os conceitos-chave fundamentais para o enquadramento do tema (Secção 1.1), bem como aborda os modos de entrada nos mercados internacionais (Secção 1.2), as principais teorias de internacionalização (Secção 1.3) e os determinantes da propensão à exportação das PME (Secção 1.4). No capítulo 2, são descritas em detalhe as considerações metodológicas, em particular a metodologia a adotar e as variáveis a considerar (Secção 2.1), assim como a recolha dos dados e a caracterização da amostra (Secção 2.2), sendo ainda realizada uma aprofundada análise descritiva das variáveis em análise (Secção 2.3). No terceiro capítulo são expostos os resultados empíricos, procedendo-se à comparação das características da amostra total de empresas, por estatuto, através de uma análise de diferença de médias (Secção 3.1), tendo sido realizada uma análise semelhante ao nível setorial (Secção 3.2) e regional (Secção 3.3), concluindo-se o capítulo com a discussão dos resultados. No capítulo 4 aborda-se o estágio curricular, realizando-se

uma breve descrição à empresa onde foi realizado o estágio (Secção 4.1), e às funções desempenhadas, nomeadamente no que concerne à implementação, análise e tratamento das respostas dadas por 120 empresas a um inquérito realizado sobre a internacionalização das mesmas (Secção 4.2). Finalmente, o trabalho tem o seu término com a apresentação das principais conclusões, assim como as limitações da investigação.

Capítulo 1 - Revisão de literatura

Este capítulo tem como pretensão principal concretizar uma análise crítica da literatura existente no que concerne à internacionalização, num sentido mais lato, bem como a internacionalização no contexto das PME. Para tal, dividir-se-á em quatro secções. Primeiramente, enunciar-se-ão os conceitos chave; posteriormente focar-se-ão os modos de entrada nos mercados internacionais e as teorias de internacionalização; conclui-se a análise com a exposição da evidência empírica dos determinantes da propensão à exportação das PME.

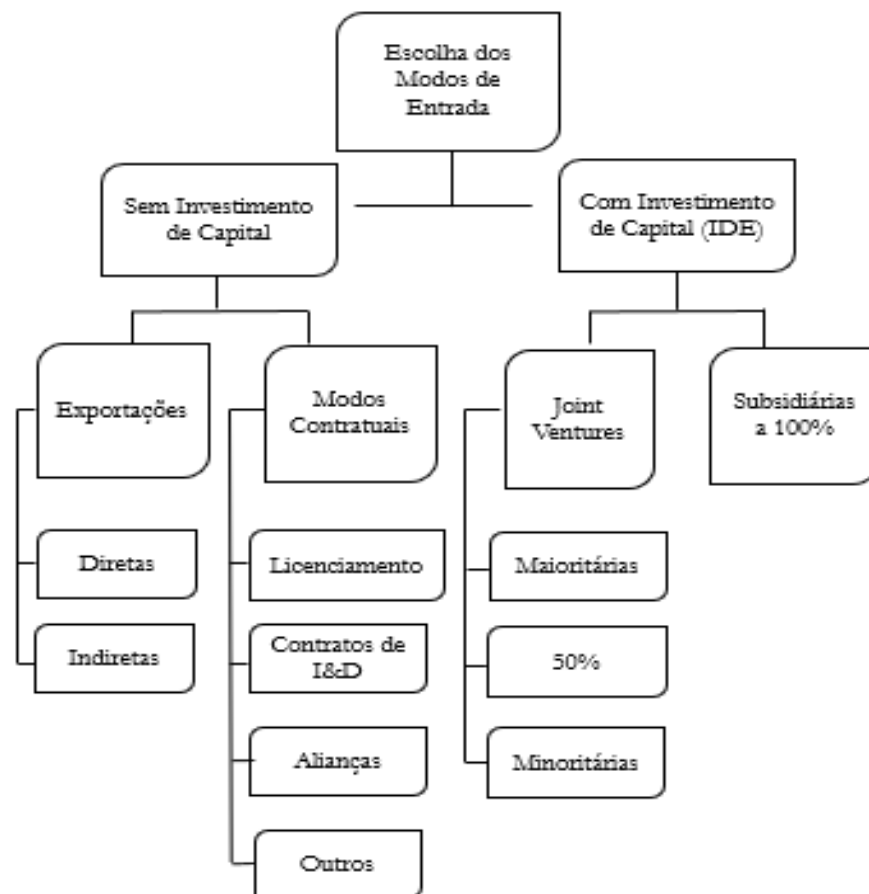
1.1 Definição dos conceitos-chave

No presente trabalho, o conceito de internacionalização é, indubitavelmente, o conceito chave. Schweizer, Vahlne & Johanson (2010) afirmam que, por definição, quando as empresas atravessam as fronteiras, tal representa o processo de internacionalização, sendo que este processo deverá ser interpretado como um esforço desenvolvido por parte da empresa para melhorar a sua posição nas redes internacionais em que está envolvida, ou como resultado de uma ação empreendedora. Segundo Welch & Luostarinen (1988), embora amplamente difundido, o termo “internacionalização” carece de um conceito aceite pela generalidade da literatura existente. Os autores sugerem, como ponto de partida, abordar-se o referido conceito como representando o crescente envolvimento das empresas nos mercados internacionais. Este envolvimento pode ocorrer através de exportações, modos contratuais e IDE, os três modos de entrada que se analisam de seguida.

1.2 Modos de entrada nos mercados internacionais

No que diz respeito aos modos de entrada nos mercados internacionais, estes diferem consoante a necessidade de investimento de capital. Assim, os modos de entrada que não exigem investimento de capital estão repartidos entre Exportações e Modos Contratuais, enquanto que os modos de entrada que requerem investimento de capital (Investimento Direto Estrangeiro) dividem-se em “Joint Ventures” e Subsidiárias a 100% (Pan & Tse, 2000). A figura 1 ilustra, de forma concisa, os diferentes modos de entrada.

Figura 1: Modos de Entrada nos Mercados Internacionais.



Fonte: Elaboração própria com base em Pan & Tse (2000, p.538).

Apesar da diversidade de modos de entrada nos mercados internacionais, o presente trabalho irá conceder um ênfase superior às exportações, uma vez que, segundo Ural (2009), é a estratégia de expansão internacional mais amplamente adotada pela generalidade das PME. Os demais modos de entrada das empresas no exterior serão também debatidos, embora com menor nível de detalhe.

Exportações

O modo de entrada nos mercados internacionais através de exportações pode ser definido como a transferência de bens ou serviços através das fronteiras nacionais, utilizando métodos diretos ou indiretos (Young, Hamill, Wheeler & Davies, 1989). A exportação envolve a transferência física de bens da empresa para o mercado externo, com ou sem recurso a agente, em troca do valor dos bens em termos monetários (Kumar & Subramanian, 1997). Ao optarem por exportar, as empresas têm duas opções: 1) exportar diretamente para os

clientes no estrangeiro; 2) exportar indiretamente com o suporte de um intermediário do seu país de origem (Peng & York, 2001).

Segundo Sharma & Erramilli (2004), a exportação indireta ocorre quando uma empresa subcontrata, no seu próprio país, os serviços de um intermediário com o objetivo de vender os seus produtos num país estrangeiro. Neste tipo de exportação, a empresa executa as atividades de produção e marketing no seu próprio país, não investindo no país de destino.

Por outro lado, quando uma empresa está diretamente envolvida com empresas de países estrangeiros, seja por si mesma ou através de intermediários sediados no país de destino, tal corresponde a uma exportação direta (Sharma & Erramilli, 2004).

A exportação é, frequentemente, a etapa inicial da atividade internacional das PME (Leonidou, Katsikeas & Coudounaris, 2010). Tal ocorre, devido aos riscos comerciais diminutos, ao reduzido comprometimento de recursos e à elevada flexibilidade que este modo de entrada providencia (Young et al., 1989).

Segundo Dalli (1995) as exportações são particularmente aplicáveis à internacionalização das PME, uma vez que este tipo de empresas possui poucos recursos, financeiros ou de outro tipo, para considerar outros modos de entrada nos mercados internacionais. Neste contexto, Lages & Montgomery (2004) mencionam que as exportações providenciam uma oportunidade para as empresas se tornarem menos dependentes do mercado interno, podendo explorar economias de escala, produzir a custos mais reduzidos e de forma mais eficiente. Para além disso, os autores referem que as empresas poderão utilizar a experiência internacional providenciada pelas exportações, com o intuito de explorarem novos mercados estrangeiros através de modos de entrada mais exigentes ao nível dos recursos.

Modos Contratuais

Um modo contratual é um contrato vinculativo entre uma empresa e um agente com o intuito de produzir e distribuir bens no mercado estrangeiro, em troca de um determinado rendimento (Kumar & Subramanian, 1997). Nesses modos contratuais incluem-se, por exemplo, as alianças estratégicas, o licenciamento, ou o franchising.

O termo “aliança estratégica” tem sido utilizado para se referir aos acordos estabelecidos entre duas ou mais empresas, com o intuito de alcançarem um objetivo comum, envolvendo os recursos e as atividades das empresas intervenientes (Teece, 1992). Este tipo de modo de entrada abrange diversas formas de colaboração entre empresas, nomeadamente parcerias fornecedor-comprador, acordos de “outsourcing”, colaborações técnicas, desenvolvimento

de novos produtos em conjunto, acordos de distribuição dos produtos e franchising (Grant & Baden-Fuller, 2004). As PME são caracterizadas por possuírem diminutos recursos, o que as coloca em particular volatilidade devido à crescente globalização e rápida mudança tecnológica (Hoffman & Schlosser, 2001). Deste modo, poder-se-ia considerar que, perante o enunciado, as PME aderissem em grande número às alianças estratégicas de forma a superarem as carências de recursos e melhorarem o seu desempenho (Hoffman & Schlosser, 2001). Contudo, segundo Hoffman & Schlosser (2001) os estudos demonstram que a propensão para as PME cooperarem é significativamente mais reduzida do que a das empresas de grande dimensão, tendo concluído empiricamente que as PME não utilizam plenamente as alianças para melhorarem a sua posição competitiva. Os referidos autores consideram que a relutância das PME em colaborar com outras empresas surge, não apenas devido às barreiras emocionais e culturais, mas sobretudo devido à falta de conhecimento sobre os fatores específicos do sucesso das alianças estratégicas.

Outro tipo de modo contratual é o licenciamento. Segundo Todeva & Knoke (2005), o licenciamento ocorre quando uma empresa concede a outra o direito de utilizar tecnologias ou processos de produção patenteados, em troca do pagamento de “royalties” ou taxas.

O contrato de franchising, outra opção de modo contratual, é definido como sendo um acordo contratual entre duas empresas independentes, no qual o “franchisado” paga ao “franchisor” pelo direito a vender o produto deste e/ou o direito a usar a sua marca registada num determinado local e durante um determinado período (Lafontaine, 1992).

Segundo Todeva & Knoke (2005), “Consórcios de Investigação e Desenvolvimento”, outra opção de modo contratual, correspondem a acordos entre empresas para a colaboração em pesquisa e desenvolvimento. De acordo com o mesmo autor, estes acordos surgem, tipicamente, em áreas tecnológicas de rápida mudança.

Investimento Direto Estrangeiro (IDE)

De acordo com a UNCTAD (2018), o IDE refere-se a um investimento efetuado por uma empresa no sentido de adquirir uma participação permanente em empresas que operam fora da economia do investidor. Para além disso, o objetivo do investidor que opera através de IDE é deter uma posição efetiva na gestão da empresa (UNCTAD, 2018). Tal implica que os investidores diretos possam influenciar a gestão de uma empresa, mas não indica que estes detenham controlo absoluto sobre a mesma. Assim, a característica distintiva do IDE é o facto

de ser realizado com a intenção de exercer controlo sobre uma empresa estrangeira (UNCTAD, 2018).

As empresas, quando se inserem em novos mercados através de IDE têm de proceder a uma escolha estratégica no que diz respeito ao modo de propriedade pelo qual vão optar nos mercados internacionais. As empresas poderão optar por estabelecer as suas operações individualmente, criando uma subsidiária a 100%, ou partilhar o negócio com um parceiro local, através de uma “joint-venture” (Brouthers, 2002).

Ao adotar uma “joint venture”, na qual há uma cooperação com um parceiro local, o conhecimento específico desse parceiro ajuda a reduzir os riscos associados à entrada num mercado culturalmente diferente (Zhang, Zhang & Liu, 2007). No que diz respeito ao nível de comprometimento de recursos exigido numa “joint venture”, este varia consoante esta seja minoritária, maioritária, ou “50/50” (Hill, Hwang & Kim, 1990). Por sua vez, o estabelecimento de uma subsidiária a 100% requer um elevado nível de comprometimento de recursos, na medida em que a empresa tem de assumir, de forma individual, os custos totais da criação de uma nova empresa no mercado internacional (Hill et al., 1990). Esta opção de modo de entrada tem como vantagem o facto de permitir reduzir o risco de difusão de uma tecnologia específica da empresa, que terá uma propensão superior a ser difundida quando um parceiro está envolvido, nomeadamente através de uma “joint venture” (Laufs & Schwens, 2014).

Apesar de requerer um nível superior de comprometimento do que a exportação no que toca aos recursos, o IDE torna-se um modo de internacionalização atrativo, uma vez que permite às empresas minimizar os custos de transação, através da internalização das suas atividades chave (Lu & Beamish, 2001).

1.3 Teorias de Internacionalização

No presente trabalho, destacar-se-ão três teorias de internacionalização: o modelo de Uppsala, a abordagem das “Born Global” e a teoria das Redes. Assim, pretende-se discutir aprofundadamente a temática “internacionalização”, nas suas diversas vertentes.

O modelo de Uppsala, desenvolvido por Johanson & Vahlne (1977), refere que a internacionalização é o produto de uma série de decisões incrementais, considerando a falta de conhecimento como sendo um obstáculo determinante para o desenvolvimento das operações internacionais, e que é possível adquirir esse conhecimento através de operações no exterior. Neste sentido, segundo os autores, a empresa tende, gradualmente, a aumentar o seu grau de envolvimento num mercado externo específico, optando por norma por um

processo sequencial e sucessivo que tem início em exportações esporádicas, passando por exportações através de agente, subsidiária comercial e terminando com a produção no país estrangeiro (subsidiária produtiva).

Na ótica de Dominguez & Mayrhofer (2017), o modelo de Uppsala demonstra que as empresas tendem a seguir uma abordagem incremental, quando se inserem em mercados estrangeiros, permitindo-lhes beneficiar de efeitos de aprendizagem. De acordo com o modelo citado, as empresas são confrontadas com falta de recursos e conhecimento específico do mercado, quando decidem internacionalizar-se, sendo que a ausência de conhecimento específico do mercado resulta essencialmente da distância psíquica, definida por Johanson & Wiedersheim-Paul (1975, p.308) como sendo “a soma dos fatores que impede ou perturba os fluxos de informação entre as empresas e os mercados”. A este respeito, segundo Dominguez & Mayrhofer (2017), o modelo de Uppsala utilizou o conceito de distância psíquica para explicar a linearidade do processo de internacionalização. Neste contexto, muitos investigadores colocaram em questão a linearidade e o determinismo do modelo, considerando que o mesmo não esclarece as circunstâncias iniciais do processo de internacionalização, bem como não explica o porquê, como e quando a internacionalização tem início. Para além destes fatores, a velocidade da internacionalização poderá não ser constante e linear. Neste sentido, Dominguez & Mayrhofer (2017) sustentam que, devido à ausência de dimensões individuais e estratégicas, o modelo não providencia a compreensão total dos movimentos internacionais.

Apesar do enorme interesse no modelo de Uppsala, este tem continuado a ser fortemente questionado, sobretudo devido ao desenvolvimento da abordagem “born global”. De acordo com Dominguez & Mayrhofer (2017), uma vez que o modelo apenas considera a internacionalização como sendo alcançada de forma gradual, não tem em consideração as empresas que se internacionalizam desde o princípio da sua atividade, pelo que apenas fornece uma explicação parcial para a internacionalização das PME.

Neste sentido, é imperativo refletir sobre a abordagem “born global”. O termo “born global” foi sugerido pela primeira vez por Rennie, em 1993 (Gallego, Hidalgo, Acedo, Casillas & Moreno, 2009). Na ótica de Knight & Cavusgil (2004), as empresas que se expandem para mercados internacionais e detêm relações comerciais internacionais desde a sua fundação, ou desde muito cedo, são consideradas como “born global” e estão a emergir em número substancial em todo o mundo. Segundo os referidos autores, este tipo de empresas procura uma performance superior no que concerne aos negócios internacionais

desde uma fase muito precoce do seu desenvolvimento, utilizando recursos baseados no conhecimento para impulsionar a venda de produtos/serviços em múltiplos países. Apesar da escassez de recursos materiais, financeiros e humanos que caracteriza este tipo de empresas, através de fatores-chave como a inovação e o conhecimento, as “empresas born global” têm alcançado um considerável sucesso desde o início da sua fundação (Knight & Cavusgil, 2004).

Em contraste com o padrão tradicional das empresas que operam no mercado interno durante um determinado período, e envolvem-se de forma gradual nos mercados internacionais – tal como sugere o modelo de Uppsala – as empresas “born global” iniciam a sua atividade com uma visão global dos mercados, e desenvolvem as capacidades necessárias para alcançar os seus objetivos internacionais, desde ou perto do seu início de atividade (Knight & Cavusgil, 2004).

Segundo Knight & Cavusgil (2004), a menor dimensão que tradicionalmente caracteriza as empresas mais recentes, poderá conferir algum tipo de flexibilidade que providencia as principais condições para o sucesso nos mercados externos. Nesta sequência, a internacionalização precoce de determinadas empresas é impulsionada por duas tendências-chave que reduzem substancialmente os custos de transação da expansão para o mercado externo. Por um lado, devido à globalização, associada à crescente homogeneização das preferências dos consumidores em todo o mundo, o que tem facilitado os negócios internacionais através da simplificação do desenvolvimento dos produtos e posicionamento nos mercados externos. Por outro lado, devido aos avanços nas tecnologias de informação e comunicação, métodos de produção, transporte e logística internacional, que estão a reduzir os custos de transações comerciais e a facilitar o crescimento do comércio internacional (Knight & Cavusgil, 2004). Estas empresas são também comumente designadas como “international new ventures” ou “global start-ups”, devido ao facto de terem surgido durante a época da globalização e do desenvolvimento tecnológico (Knight & Cavusgil, 2004). Assim, o termo “international new venture”, na ótica de Oviatt & McDougall (1994), é aplicável às empresas que desde a sua criação realizaram esforços no sentido de obter vantagens competitivas provenientes da venda de produtos em diversos países.

Na sequência da globalização e de um mundo tecnologicamente cada vez mais desenvolvido, é determinante descrever a crescente importância que as relações entre as empresas têm no processo de internacionalização das mesmas. A este respeito, a literatura existente sobre o processo de internacionalização é unânime em considerar que as redes de relacionamentos entre as empresas são uma forma eficaz de explorar os mercados

internacionais. Johanson & Mattsson (1988) descreveram que, segundo o modelo das redes, os mercados são redes de relacionamentos entre as empresas, pelo que a internacionalização de uma empresa ocorre quando esta consegue estabelecer e desenvolver posições em relação a outras empresas em redes estrangeiras. Os autores afirmam que a assunção básica do modelo das redes é o facto de cada empresa individual estar dependente dos recursos controlados por outras empresas, sendo que cada empresa garantirá o acesso aos recursos externos através da sua posição na rede – é fonte de vantagem competitiva estar bem posicionado dentro da rede.

Johanson & Mattsson (1988) referem que as empresas poderão ser divididas em 4 grupos, de acordo com o grau de internacionalização da empresa e do mercado (a produção em rede). Neste sentido, uma empresa em situação *Early Starter* possui um diminuto nível de internacionalização, bem como um baixo grau de internacionalização do mercado. A empresa detém reduzidas relações com empresas no estrangeiro, pelo que adquiriu pouco conhecimento sobre os mercados internacionais e não pode utilizar as relações existentes no mercado doméstico para alcançar tal conhecimento internacional (Johanson & Mattsson, 1988). Uma empresa definida como *Lonely International* internacionaliza em larga escala, mas detém um diminuto grau de inserção em redes internacionais. No sentido de explorar as suas vantagens específicas, a empresa necessita de coordenar as atividades existentes nas diferentes redes nacionais em que está inserida (Johanson & Mattsson, 1988). *The Late Starter* corresponde a uma empresa com um diminuto grau de internacionalização, mas com elevada participação em redes. A empresa detém fornecedores, consumidores e concorrentes envolvidos em operações nos mercados internacionais, pelo que as relações da empresa no mercado doméstico poderão ser forças motrizes para entrar nos mercados internacionais (Johanson & Mattsson, 1988). No caso da empresa em situação *The International Among Others*, quer a empresa quer o ambiente que a rodeia já se tornaram fortemente internacionais. As diversas posições que a empresa ocupa nas redes internacionais concedem-lhe o acesso a recursos externos, bem como influência sobre eles, sendo o objetivo mais premente influenciar a realocação geográfica das atividades na rede de produção (Johanson & Mattsson, 1988).

A teoria das redes, segundo a ótica de Johanson & Vahlne (2009), surgiu para colmatar as falhas apresentadas por diversos autores ao modelo de Uppsala. Na nova versão do modelo de Uppsala, desenvolvida por Johanson & Vahlne (2009), os autores argumentaram que os mercados correspondem a redes de relacionamentos, nas quais as empresas estão

ligadas umas às outras, sendo que fazer parte de uma rede relevante tornou-se um requisito fundamental para o sucesso da internacionalização, procurando-se desta forma colmatar as falhas apontadas ao modelo de Uppsala.

Em suma, a contextualização transmitida no presente trabalho sobre as três abordagens à internacionalização, permite retirar diversas conclusões. Em primeiro lugar, o modelo de Uppsala iniciou a discussão sobre a internacionalização, baseando-se no facto de que as empresas se deslocam para os mercados internacionais de forma gradual, iniciando o processo em países mais próximos física e culturalmente. Posteriormente, esta teoria viria a ser muitíssimo criticada, uma vez que não tem em consideração as empresas que se internacionalizam desde o início de atividade, o que suscitou o aparecimento da abordagem das “born globals”, que se refere a empresas que se expandem para mercados internacionais desde que foram criadas. Adicionalmente, descreveu-se a teoria das redes, segundo a qual os mercados são redes de relacionamentos entre as empresas, considerando que a internacionalização de uma empresa ocorre, a partir do momento em que esta se estabelece em redes estrangeiras.

1.4 Determinantes da propensão à exportação das PME-Evidência empírica

Lu & Beamish (2001) referem que as exportações, ao permitirem às PME um acesso rápido aos mercados internacionais - requerendo diminuto capital investido - têm sido tradicionalmente consideradas o primeiro passo para penetrar nos mercados internacionais, servindo como plataforma para as futuras expansões internacionais. Neste sentido, uma vez que as exportações constituem o modo de entrada mais utilizado pelas PME que serão alvo de análise, é pertinente nesta secção indicar quais as condições subjacentes ao sucesso das exportações.

É determinante, nesta fase, distinguir os conceitos de propensão à exportação e intensidade exportadora. Segundo Estrin, Meyer, Wright & Foliano (2008), a propensão à exportação corresponde à decisão de uma empresa em optar, ou não, por este modo de entrada, enquanto que a intensidade exportadora corresponde ao peso que as exportações têm no volume de vendas total da empresa. No presente trabalho, o foco incidirá na propensão a exportar das PME da região norte de Portugal.

A decisão de exportar decorre de uma diversidade de fatores e pode variar de acordo com o tempo, o espaço e os contextos da indústria em que a empresa está inserida. Independentemente do contexto, existem determinados fatores que, de forma sistemática, têm incentivado as PME a exportarem (Leonidou, Katsikeas, Palihawadana & Spyropoulou,

2007). Segundo Leonidou et al. (2007) estes fatores podem dividir-se em fatores internos e externos. Os fatores internos estão relacionados com as áreas funcionais de cada empresa, nomeadamente as áreas dos recursos humanos, financeira, produção, investigação e desenvolvimento (I&D) e marketing. No que diz respeito aos fatores externos, estes estão intimamente relacionados com o governo, o mercado, os intermediários, a competição e os clientes com os quais a empresa se relaciona. Adicionalmente, Leonidou et al. (2007) mencionam que a exportação deverá efetivamente ocorrer se for alicerçada em fatores proativos (cumprimento de objetivos financeiros, capitalização de vantagens competitivas e identificação de oportunidades nos mercados internacionais) ao invés de advir por motivos reativos a pressões internas ou externas à empresa.

Lages & Montgomery (2004) afirmam que no contexto europeu, o caso português é particularmente interessante, uma vez que a atividade de exportação tem sido especialmente relevante no crescimento do Produto Interno Bruto nacional. Os referidos autores acrescentam que, por vezes, efetuar exportações para os mercados internacionais é o único caminho para as PME portuguesas “sobreviverem”.

Diversos estudos têm sido conduzidos com o intuito de aferir quais as variáveis mais influentes na propensão à exportação das PME, bem como no desempenho das exportações. No sentido de compreender quais os principais determinantes da propensão exportadora das PME, foram analisados diversos artigos, obtidos nas bases de dados bibliográficas Scopus, Web Of Science e Google Académico. Enunciar-se-ão, de seguida, algumas das variáveis que são mais focadas nos diversos estudos, dividindo-se a análise em fatores internos à empresa (dimensão, idade, produtividade, inovação e características do capital humano), bem como fatores externos, atendendo à divisão proposta por Leonidou et al. (2007).

1.4.1 Fatores internos à empresa

Dimensão da empresa

A relação entre a dimensão das empresas e o seu comportamento no que diz respeito às exportações tem sido amplamente discutida no seio da literatura (Bonaccorsi, 1992).

No caso de Portugal, há evidência empírica que confirma que as PME de maior dimensão (medida através do número de empregados) do setor têxtil têm uma propensão a exportar superior às PME de menor dimensão do referido setor de atividade, permitindo-lhes beneficiar de economias de escala (Serra, Pointon & Abdou, 2012). Obben & Magagula (2003), tendo por base uma amostra de empresas situadas na Suazilândia, concluíram que há uma correlação positiva entre a dimensão das PME do país e a sua propensão a exportar.

Javalgi, White & Lee (2000) concluíram, após o estudo de mais de vinte mil empresas sediadas nos Estados Unidos da América (EUA), tendo por base o modelo logit, que à medida que o número de trabalhadores aumenta - parâmetro que mede a dimensão das empresas - a propensão a exportar é superior para as empresas de 14 das 16 indústrias em análise.

Yang, Chen & Chuang (2004) estudaram o comportamento das PME do Taiwan e concluíram que o tamanho da empresa, medido pelo número de empregados – à semelhança dos autores anteriormente referidos – tem uma influência significativa e positiva no que toca à propensão das empresas em exportar. Neste sentido, segundo os autores, as empresas de maior dimensão, ao beneficiarem de economias de escala e por possuírem mais recursos, têm uma maior probabilidade de se direcionarem para os mercados internacionais através de exportações, sobretudo nos mercados de produtos de alta tecnologia.

Requena-Silvente (2005) estudou o comportamento de PME da indústria transformadora do Reino Unido entre 1994 e 1998. No que diz respeito à dimensão das empresas – medida pelo total dos seus ativos tangíveis – o autor refere ser expectável um impacto positivo desta variável na probabilidade de as empresas exportarem, uma vez que pode ser compreendida como uma “proxy” de custos médios mais reduzidos, melhor capacidade de aquisição de informação e um acesso mais facilitado a recursos financeiros internos e externos. O supracitado autor acrescentou que, se os custos fixos para exportar forem considerados um fator relevante, a probabilidade de exportar deve aumentar com a dimensão da empresa. Neste contexto, o autor concluiu, de acordo com o modelo analisado, que para as PME da indústria transformadora do Reino Unido presentes na amostra, a dimensão tem um impacto positivo na decisão das empresas exportarem.

Constata-se, assim, que a generalidade dos estudos comprova a esperada relação positiva entre a dimensão das PME e a sua propensão à exportação. Contudo, segundo o estudo desenvolvido por Suh, Yi & Houston (2011), há evidência estatística que permite indicar que a dimensão da empresa, por si só, não é um fator determinante para explicar a internacionalização das empresas, uma vez que é difícil comprovar que o tamanho das empresas corresponde a uma “proxy” dos recursos estratégicos que estas detêm e que determinam, esses sim, a capacidade das empresas internacionalizarem.

Idade da empresa

Javalgi et al. (2000), tomando em consideração o estudo que realizaram a mais de 20 mil empresas dos EUA, concluíram que há evidência estatística que comprova que as empresas exportadoras são significativamente mais antigas do que as empresas não exportadoras. Com efeito, os referidos autores concluíram que, em 14 das 16 indústrias em estudo, à medida que a idade da empresa aumenta, a sua propensão a exportar também aumenta.

Em concordância com o exposto, Fernández & Nieto (2006) estudaram o comportamento de PME de Espanha e concluíram que o número de anos das empresas tem um impacto positivo na propensão a exportar, uma vez que, segundo os autores, a referida variável é relevante na criação de competências críticas e no desenvolvimento de recursos que são determinantes no envolvimento internacional das empresas através de exportações.

Requena-Silvente (2005) analisou a influência da variável “idade” na propensão à exportação das PME da indústria transformadora do Reino Unido. Segundo o autor, a referida variável foi inserida no modelo com o propósito de verificar se corroboraria a perspectiva, segundo a qual as empresas com mais idade detêm uma propensão a exportar superior, uma vez que, com o passar do tempo, terão acumulado mais recursos e conhecimento, o que lhes terá concedido, na perspectiva do autor, mais oportunidades de iniciar as exportações. Os resultados alcançados por Requena-Silvente (2005) corroboraram a perspectiva referida: as empresas mais jovens presentes na amostra têm uma probabilidade inferior de iniciarem o processo de exportação comparativamente com as empresas mais antigas.

Mañez, Rochina & Sanchis (2004) analisaram os principais determinantes que influenciam as empresas espanholas, da indústria transformadora, a exportar. Segundo os autores, a variável “idade” pode ser considerada uma “proxy” para diferenças ao nível da eficiência entre as empresas, uma vez que, na perspectiva dos referidos autores, as empresas eficientes têm uma probabilidade superior de continuar a sua atividade e de se desenvolver, pelo que esta variável permite retirar conclusões quanto ao sucesso passado das empresas, bem como é útil na estimação da propensão a exportar das mesmas. Posto isto, após a estimação do modelo probit com dados em painel, os autores concluíram que a variável “idade” tem um impacto positivo na probabilidade de as empresas presentes na amostra iniciarem as suas exportações, pelo que as empresas mais antigas terão uma maior probabilidade de iniciarem as suas exportações comparativamente às empresas mais recentes.

Segundo Ganotakis & Love (2012), autores que levaram a cabo o estudo de empresas de base tecnológica localizadas no Reino Unido, a idade das empresas tem um impacto positivo na propensão das empresas a exportar, embora tenha um impacto ligeiramente negativo sobre a intensidade das exportações.

Produtividade da empresa

Arnold & Hussinger (2005) estudaram o comportamento de empresas alemãs da indústria transformadora e concluíram que uma variável que tem uma significativa influência positiva na decisão de exportar é a produtividade das empresas, sendo que as empresas mais produtivas são significativamente mais propensas a exportar do que as empresas menos produtivas. De acordo com Ganotakis & Love (2012), as empresas altamente produtivas têm uma maior propensão a tornarem-se exportadoras, uma vez que apenas este tipo de empresas possui custos marginais suficientemente baixos, os quais possibilitam a obtenção de lucros que asseguram o pagamento dos custos fixos de entrada no mercado internacional, bem como os custos inerentes à expansão para os mercados estrangeiros.

Wagner (2007), através da análise dos resultados de 54 estudos empíricos relacionados com a produtividade e exportação das empresas, e tendo em consideração dados ao nível da empresa que abrangem empresas de 34 países, concluiu que há evidência estatística que permite corroborar a hipótese da “auto-seleção”. Isto é, segundo o autor, as empresas que no futuro irão iniciar exportações tendem a ser, anos antes de entrarem no mercado de exportação, mais produtivas do que as empresas que não irão iniciar o mesmo processo, bem como apresentam níveis superiores - ex-ante - de taxas de crescimento de produtividade. Conforme realçado por Wagner (2007, p.66) “as boas empresas vão para o exterior”. Eliasson, Hansson & Lindvert (2012) corroboram a tese de Wagner (2007). De acordo com a investigação empreendida pelos autores sobre PME sediadas na Suécia, através da estimação de um modelo probit, há um efeito positivo e significativo da produtividade do trabalho pré-exportação na probabilidade das empresas iniciarem as exportações. Assim, segundo os autores, estes resultados sustentam a hipótese de “auto-seleção”, a qual indica que as empresas mais produtivas se dirigem para os mercados internacionais através de exportações.

Mañez et al. (2004) analisaram, tal como foi referido anteriormente, os principais determinantes que levam as empresas espanholas, da indústria transformadora, a exportar. Uma das variáveis que os autores inseriram no modelo foi a “produtividade”, uma vez que,

segundo os mesmos, seria expectável que a produtividade estivesse positivamente correlacionada com a probabilidade das empresas iniciarem exportações, particularmente se: i) os custos fixos de vender no mercado de exportação forem mais elevados do que no mercado interno; ii) os preços do produto que a empresa coloca no mercado forem mais reduzidos através de exportação do que se a empresa optar por vender diretamente no mercado interno. Tomando como ponto de partida estas duas condições, os autores argumentam que apenas as empresas com elevada produtividade poderão considerar proveitoso o processo de exportar. Posto isto, depois de estimar o modelo probit com dados em painel, Mañez et al. (2004) corroboraram as suas previsões iniciais, concluindo que para as empresas espanholas da indústria transformadora em análise, a produtividade tem um impacto positivo na probabilidade de as empresas iniciarem as suas exportações.

Todavia, Castellani (2002), ao analisar empresas da indústria transformadora italiana refere que a produtividade do trabalho não afeta a propensão a exportar. Uma possibilidade de explicação, segundo o autor, é o facto de a produtividade do trabalho capturar o avanço tecnológico de uma forma menos precisa do que a I&D e os níveis de inovação.

Inovação da empresa

Love, Roper & Zhou (2016) concluíram que a inovação – sejam inovações somente para a empresa, em particular, ou para a indústria, em geral – está positivamente correlacionada com as exportações das PME do Reino Unido. A este respeito, Lejpras (2015) estudou o comportamento de PME da indústria transformadora alemã e concluiu que a propensão exportadora da amostra analisada é significativamente influenciada, de forma positiva, pela inovação das empresas (introdução de produtos completamente novos no mercado e patenteamento de produtos). Adicionalmente, os resultados indicam que a proximidade com instituições de pesquisa – que facilitam o acesso ao conhecimento presente no seio das universidades – promove a atividade exportadora das PME (Lejpras, 2015).

Segundo Sterlacchini (2001), que estudou empresas da indústria transformadora italiana, os impactos relativos das atividades de inovação desenvolvidas pelas empresas, no que toca à propensão a exportar, variam de acordo com a dimensão da empresa, embora estejam sempre positivamente correlacionadas com a propensão das empresas exportarem. De acordo com o autor, as empresas de pequena dimensão que são bem-sucedidas nos mercados externos dependem quase exclusivamente das inovações dos seus produtos, pelo que, a propensão a exportar destas empresas está direta e positivamente relacionada com o processo

de inovação. Por outro lado, no que toca às empresas de dimensão média, a intensidade de I&D afeta a propensão a exportar de forma positiva, sendo prioritária a introdução de maquinaria inovadora, no sentido de reduzir custos, o que permite melhorar o desempenho das exportações.

Considerando a análise a empresas situadas na Alemanha, Becker & Egger (2013) concluíram que há um forte impacto desempenhado pela inovação na propensão das empresas a exportar, sendo que as empresas que desenvolvem inovações ao nível dos produtos e dos processos exibem uma propensão a exportar significativamente superior às empresas que não desenvolvem qualquer tipo de inovação. Ao analisar as características de forma individual, os autores concluíram que a inovação dos produtos tem uma preponderância superior na decisão das empresas exportarem, comparativamente à inovação dos processos.

Yang, Chen & Chuang (2004) estudaram o papel detido pela tecnologia na propensão a exportar de PME do Taiwan. Os resultados empíricos a que os autores chegaram, demonstram que a capacidade tecnológica das empresas – medida por I&D, importação de tecnologia e “training investment” – tem uma correlação positiva com a propensão das PME do Taiwan exportarem. Os autores salientam algumas diferenças consoante a dimensão das PME, concluindo, contudo, que o impacto da I&D é significativamente positivo na propensão a exportar de todas as PME.

Caraterísticas do capital humano

Cerrato & Piva (2012) estudaram o comportamento de 1324 PME pertencentes à indústria transformadora italiana e referem que as empresas que se expandem para os mercados internacionais têm de enfrentar diferenças em termos culturais, padrões éticos, comportamento dos consumidores e fornecedores, assim como diferenças ao nível da comunicação. Neste sentido, os autores afirmam que as empresas que atuam nos mercados internacionais têm de possuir nos seus quadros colaboradores que possuam competências que lhes permitam atuar perante as referidas diferenças entre os países, enquanto que as empresas meramente nacionais não têm necessariamente de cumprir os supracitados “requisitos”. Assim sendo, o papel do capital humano dos colaboradores das empresas é visto como fulcral para o desenvolvimento internacional das mesmas. A variável “capital humano” é, neste contexto, representada pela percentagem de funcionários da empresa com formação superior. Por conseguinte, os resultados obtidos pelos autores corroboraram a

previsão inicial de que a influência do capital humano está positiva e significativamente correlacionada com a propensão à exportação das empresas presentes na amostra, ou seja, quanto maior for a percentagem de funcionários que concluiu a formação superior, maior a propensão a exportar das empresas.

Ruzzier, Antonic, Hisrich & Konecnik (2007) estudaram o comportamento de PME da Eslovénia, e concluíram que as características do capital humano, em particular dos gestores das empresas - orientação internacional e percepção do risco - estão positiva e significativamente correlacionadas com o grau de internacionalização das empresas em análise. Os autores referem que os gestores que estão mais expostos a culturas estrangeiras conseguem acumular um conhecimento superior sobre as características do mercado internacional, o que os favorece quando decidem internacionalizar as empresas que estão a gerir. Por outro lado, os gestores que percecionam um menor risco ao competirem nos mercados internacionais, têm uma propensão superior a exportar, uma vez que têm uma maior tendência a responder a oportunidades que possam surgir nos mercados internacionais.

No caso de Portugal, de acordo com Serra et al. (2012), o nível educacional dos gestores influencia positivamente a propensão à exportação das PME do setor têxtil, pelo que as PME que possuam nos seus quadros gestores com elevado nível educacional detêm uma propensão a exportar superior às PME em que o grau educacional dos gestores é inferior. Também Pinho e Martins (2010) sustentam que um dos principais fatores que induz as PME da região norte de Portugal a não exportar é a ausência de recursos humanos qualificados que estejam diretamente ligados à exportação.

Javalgi & Todd (2011) estudaram os determinantes de internacionalização das PME na Índia, e concluíram que o comprometimento por parte da gestão das empresas para com a internacionalização, bem como a orientação empresarial são fatores significativos, estando positivamente correlacionados com o grau de internacionalização.

Obben & Magagula (2003) analisaram o comportamento de 40 PME das indústrias transformadora, alimentar e bebidas e têxtil sediadas na Suazilândia, e através da implementação de uma regressão logit, concluíram que há uma forte correlação positiva entre os gestores que são proficientes numa língua estrangeira e a propensão a exportar das PME. Em concordância, Suárez-Ortega & Alamo-Vera (2005) estudaram o comportamento de PME espanholas do setor vinícola e concluíram que a fluência em línguas estrangeiras por parte dos quadros de gestão das empresas tem um impacto positivo na propensão a exportar.

1.4.2 Fatores externos à empresa

Relativamente aos fatores externos que afetam a propensão à exportação das empresas, tal como já exposto no presente trabalho, estes estão relacionados com o governo, o mercado, os intermediários, a competição e os clientes com os quais a empresa se relaciona (Leonidou et al., 2007). Contudo, não é pretensão deste trabalho caracterizar pormenorizadamente cada um dos fatores elencados, pelo que a análise realizada apenas terá em consideração o impacto da concentração industrial e o papel dos governos nacionais na propensão à exportação das PME.

Mittelstaedt, Ward & Nowlin (2006) estudaram os efeitos da concentração industrial na propensão das empresas em exportar, utilizando uma regressão logística para analisar cerca de 43700 empresas da indústria transformadora dos EUA. Os autores concluíram que quanto maior for o nível de concentração de uma indústria, maior a propensão de uma empresa exportar, especialmente se for PME, uma vez que este tipo de empresas, quando inseridas em indústrias muito concentradas, beneficiam de mão de obra e serviços mais especializados, o que as torna mais propensas a exportar.

A exportação é de extrema importância do ponto de vista dos governos nacionais, uma vez que contribui para o desenvolvimento dos países, na medida em que aumentam a produtividade das indústrias, contribuem para a criação de empregos e, assim, tendem a melhorar a qualidade de vida da população (Lages & Montgomery, 2004). Neste sentido, é relevante perceber de que forma é que as atitudes tomadas pelos diferentes governos podem influenciar a propensão à exportação das PME. A este respeito, Leonidou (2004) analisou as barreiras que as empresas enfrentam ao realizarem exportações, salientando o facto de o limitado interesse por parte de um governo em fornecer incentivos aos atuais e potenciais exportadores, bem como as políticas restritivas de regulação no que concerne à exportação, representarem entraves ao desenvolvimento das exportações. O autor refere que, adicionalmente aos programas nacionais de promoção das exportações – que devem ser tidos em consideração – os governos nacionais devem ainda adaptar cada um deles às exigências dos diferentes grupos de exportadores.

Gumede (2004) estudou o comportamento de 941 PME da indústria transformadora da África do Sul e concluiu que o acesso a informação sobre os mercados internacionais é um dos fatores que aumenta a probabilidade de uma PME se tornar exportadora. Neste sentido, o autor refere que os decisores políticos, com o intuito de estimularem as exportações, devem

conceder informações às PME sobre os potenciais mercados de exportação, aumentando assim a propensão das mesmas a exportar.

Em síntese, segundo a maior parte dos estudos analisados, a propensão à exportação das PME é positivamente influenciada por várias características da empresa, como a dimensão, a idade, a produtividade, a inovação e o capital humano. Adicionalmente, conclui-se que a concentração da indústria e o papel dos decisores políticos são também determinantes para o aumento da propensão a exportar das empresas. O quadro I sintetiza os principais estudos analisados e está organizado de forma cronológica, focando-se o país e o período que foram alvo de estudo, a dimensão da amostra, a metodologia adotada, o determinante analisado (e respetiva proxy) e os seus efeitos na propensão à exportação das empresas.

Quadro I: Síntese dos estudos empíricos sobre o efeito das variáveis analisadas na propensão à exportação.

Autor (Ano)	País	Período	Amostra	Metodologia	Determinante (Proxy)	Efeito na Propensão à Exp.
Javalgi, White & Lee (2000)	Estados Unidos da América	1994	20.204	Regressão Logit	Dimensão (Número de empregados) e Idade (Número de anos de atividade da empresa)	+
Sterlacchini (2001)	Itália	1989-1991	4.005	Regressão Probit	Inovação (Intensidade de I&D, maquinaria inovadora)	+
Castellani (2002)	Itália	1989-1994	2.134	Regressão Probit	Produtividade (Produtividade do trabalho)	0
Obben & Magagula (2003)	Suazilândia	2000	46	Regressão Logit	Dimensão (Número de empregados) e Capital Humano (Proficiência dos gestores em pelo menos uma língua estrangeira)	+
Yang, Chen & Chuang (2004)	Taiwan	1996	7.794	Regressão Probit	Dimensão (Número de empregados) e Inovação (I&D, importação de tecnologia e “training investment”)	+
Mañez, Rochina & Sanchis (2004)	Espanha	1992-2000	1.202	Regressão Probit	Idade (Número de anos de atividade da empresa) e Produtividade (Produtividade do trabalho)	+

Autor (Ano)	País	Período	Amostra	Metodologia	Determinante (Proxy)	Efeito na Propensão à Exp.
Gumede (2004)	África do Sul	2004	941	Regressão Logit	Papel dos governos nacionais (Divulgação de informações sobre os potenciais mercados de exportação)	+
Requena-Silvente (2005)	Reino Unido	1994-1998	1.679	Regressão Probit	Dimensão (Ativos Tangíveis) e Idade (Número de anos de atividade da empresa)	+
Arnold & Hussinger (2005)	Alemanha	1992-2000	389	Regressão Probit	Produtividade (Produtividade Total dos Fatores)	+
Suárez-Ortega & Alamo-Vera (2005)	Espanha	1997	286	Análise estatística (SPSS)	Capital humano (Nível educacional dos gestores)	+
Fernández & Nieto (2006)	Espanha	1991-1999	15.375	Regressão Probit	Idade (Número de anos de atividade da empresa)	+
Mittelstaedt, Ward & Nowlin (2006)	Estados Unidos da América	2002	43.707	Regressão Logit	Concentração da indústria	+
Ruzzier, Antoncic, Hisrich & Konecnik (2007)	Eslovénia	ND	161	Questionários a diretores executivos	Capital humano (Orientação internacional e percepção do risco por parte dos gestores)	+
Pinho & Martins (2010)	Portugal	ND	138	Regressão Probit	Capital humano (Qualificação dos recursos humanos)	+
Suh, Yi & Houston (2011)	Estados Unidos da América	1985-2003	8.697	Modelo meta-analítico	Dimensão (Número de empregados)	0
Javalgi & Todd (2011)	Índia	ND	150	Regressão Logit	Capital humano (Orientação empresarial e comprometimento dos gestores relativamente à internacionalização)	+
Serra, Pointon & Abdou (2012)	Portugal e Reino Unido	2003	226	Regressão Linear Múltipla (ANOVA)	Dimensão (Número de empregados) e Capital Humano (Nível educacional dos gestores)	+
Ganotakis & Love (2012)	Reino Unido	2001 e 2004	412	Regressão Probit	Idade (Número de anos de atividade da empresa) e Produtividade (Produtividade da empresa)	+

Autor (Ano)	País	Período	Amostra	Metodologia	Determinante (Proxy)	Efeito na Propensão à Exp.
Eliasson, Hansson & Lindvert (2012)	Suécia	1997-2006	44.844	Regressão Probit	Produtividade (Produtividade do trabalho)	+
Cerrato & Piva (2012)	Itália	2001-2003	1.324	Regressão Probit	Capital humano (Percentagem de funcionários da empresa com formação superior)	+
Becker & Egger (2013)	Alemanha	1994-2004	1.212	Regressões Probit e Logit	Inovação (Novas inovações de produtos e de processos)	+
Lejpras (2015)	Alemanha	2004	3.075	Regressão Probit	Inovação (Introdução de produtos completamente novos no mercado e patenteamento de produtos)	+
Love, Roper & Zhou (2016)	Reino Unido	2011-2013	1.900	Regressão Probit	Inovação (Introdução de novos produtos, serviços ou processos durante os últimos 3 anos)	+

Legenda: “+” significa impacto positivo estatisticamente significativo na propensão à exportação

“0” significa sem impacto estatisticamente significativo na propensão à exportação

“ND” significa Não Disponível

Conclusivamente, denota-se que o país mais analisado nos estudos foi o Reino Unido (4 estudos focam este país), seguindo-se Espanha, Itália, EUA e Alemanha com 3 trabalhos. A regressão Probit foi a mais utilizada, tendo sido adotada por 14 dos 23 estudos em análise, que são maioritariamente posteriores ao ano 2000.

Capítulo 2 – Considerações metodológicas

O presente capítulo inicia-se com a descrição do tipo de metodologia que se irá adotar e os determinantes que vão ser analisados no que se refere à propensão à exportação das empresas inseridas na amostra (secção 2.1). Prossegue com a caracterização da amostra, realizando-se a repartição por setor de atividade e região das PME da região norte de Portugal que serão analisadas, bem como é realizado o estudo das PME tendo em conta o seu estatuto: não exportadoras, exportadoras e exportadoras esporádicas (secção 2.2). Posteriormente, é realizada uma análise descritiva às características das empresas, assim como se apresenta a evolução anual das mesmas (secção 2.3).

2.1 Metodologia

Segundo diversos autores, as abordagens qualitativa e quantitativa, são as duas abordagens metodológicas mais utilizadas na realização de uma investigação científica.

A metodologia qualitativa pode ser definida como uma abordagem inovadora, indutiva e interpretativa para o estudo de fenómenos, que utiliza a observação dos participantes, entrevistas em profundidade, análise de documentos ou “focus group” com o objetivo de retirar conclusões aprofundadas sobre o fenómeno em análise (Yilmaz, 2013).

A metodologia quantitativa pretende explicar determinados fenómenos, tendo por base dados numéricos que são analisados através de métodos matemáticos e estatísticos (Yilmaz, 2013). De uma forma mais ampla, a metodologia quantitativa pode ser definida como um tipo de pesquisa que procura testar uma teoria através de variáveis que são medidas através de números e analisadas sob o ponto de vista estatístico, com o intuito de determinar se a teoria explica as predições do fenómeno de interesse (Yilmaz, 2013).

No sentido de responder aos objetivos definidos anteriormente, implementar-se-á a metodologia quantitativa. Tendo por base uma amostra de empresas da região norte de Portugal, retirada da base de dados SABI, procede-se à caracterização das empresas, dividindo-as em três tipos, de acordo com o seu “estatuto”: Não Exportadoras/Exportadoras/Exportadoras Esporádicas. Assim, as empresas “não exportadoras” são as empresas que nunca exportaram no período em análise, as “exportadoras” englobam as empresas que exportaram em todos os anos, e o grupo de empresas “exportadoras esporádicas” é constituído pelas empresas que efetuaram exportações apenas em alguns dos anos. Desta forma, no presente trabalho procurar-se-á testar se as empresas exportadoras são, de facto, significativamente diferentes das não

exportadoras e das exportadoras esporádicas, no que diz respeito a diversas características da empresa que influenciam a propensão à exportação, nomeadamente a dimensão (representada pelo “número de colaboradores” e “volume de negócios total”), a idade, a produtividade (calculada através da divisão do Valor Acrescentado Bruto (VAB) pelo número de trabalhadores de cada empresa) e a inovação (medida pelo total de ativos intangíveis), como evidenciado na secção 1.4.1. Para tal, recorrer-se-á a testes de hipóteses.

Neste contexto, proceder-se-á a comparações sob duas diferentes perspetivas, com o propósito de compreender as diferenças e semelhanças ao nível setorial e regional da região norte de Portugal, no que concerne à propensão a exportar. No que diz respeito à análise setorial, irão analisar-se os setores de atividade Alimentar e Bebidas (CAE 10 e 11), Calçado (CAE 15), Maquinaria e Material Elétrico (CAE 27 e 28), Material de Transporte (CAE 29 e 30), Metais (CAE 24 e 25), Mobiliário (CAE 31), Plástico (CAE 22) e Têxtil (CAE 13 e 14), cujas descrições oficiais se encontram expostas no anexo 1. Relativamente à investigação regional, serão estudadas oito NUTS III: Alto Minho, Alto Tâmega, Área Metropolitana do Porto, Ave, Cávado, Douro, Tâmega e Sousa e Terras de Trás-os-Montes. O estudo dos setores de atividade e NUTS III acima referidos, foi definido - *à priori* - pela empresa na qual o estágio curricular foi realizado.

2.2 Recolha dos dados e caracterização da amostra

Na fase inicial de recolha dos dados (23 de abril de 2018), restringiu-se a amostra apenas às PME da região norte de Portugal dos oito setores de atividade atrás mencionados. Segundo a Comissão Europeia (2015) considera-se PME em Portugal uma empresa que detenha, impreterivelmente, menos de 250 trabalhadores. Adicionalmente, terá de se verificar um dos dois “requisitos” seguintes: o volume de negócios anual ser inferior ou igual a 50 milhões de euros e/ou o balanço total anual ser menor ou igual a 43 milhões de euros. Posteriormente, restringiu-se a amostra apenas às empresas com início de atividade até 2010 - no sentido de analisar a evolução no espaço temporal 2010-2016 - e que tivessem divulgado os seus dados financeiros em 2016. Consideradas estas restrições, obteve-se uma amostra de 9.524 empresas. Excluíram-se ainda as empresas que registaram valores nulos no que concerne ao número de empregados e ao volume de negócios total, bem como se eliminaram da amostra as empresas em que se observaram valores negativos nos parâmetros VAB, ativos intangíveis e capital próprio. Assim, tendo por base tudo o que foi mencionado, a amostra final é constituída, tal como se verifica no quadro II, por 5.738 empresas para o período 2010-2016.

Quadro II: Número de PME da região norte de Portugal - repartição por setor de atividade e NUT III.

Setor de Atividade	CAE REV. 3 Principal	Número de PME	% do total da amostra	NUT III	Número de PME	% do total da amostra
Alimentar e Bebidas	10 e 11	604	10,53%	Alto Minho	201	3,50%
Calçado	15	746	13,00%	Alto Tâmega	41	0,71%
Maq. e Material Elétrico	27 e 28	381	6,64%	Área Met. Porto	2.420	42,17%
Material de Transporte	29 e 30	87	1,52%	Ave	1.195	20,83%
Metais	24 e 25	1.259	21,94%	Cávado	856	14,92%
Mobiliário	31	486	8,47%	Douro	113	1,97%
Plástico	22	221	3,85%	Tâmega e Sousa	840	14,64%
Têxtil	13 e 14	1.954	34,05%	Trás-os-Montes	72	1,25%
Total		5.738	100,00%	Total	5.738	100,00%

Assim, o setor de atividade mais representado na amostra é o setor Têxtil (mais de um terço (34,05%) das empresas da amostra pertencem a este setor), seguindo-se o setor dos Metais (21,94% das empresas inserem-se neste setor). Em sentido oposto, os setores de atividade com menor representatividade na presente amostra são os setores Material de Transporte (1,52%) e Plástico (3,85%).

A nível regional, a Área Metropolitana do Porto é a região com maior representatividade, contabilizando mais de um terço (42,17%) das empresas da amostra. A região do Ave corresponde à segunda região mais representada, embora com um peso bastante inferior ao da Área Metropolitana do Porto (apenas 20,83% das empresas da amostra está localizada nesta região). Em sentido inverso, surgem as regiões do Alto Tâmega (0,71%), Trás-os-Montes (1,25%) e Douro (1,97%) como sendo as que têm menor expressão na amostra em análise.

Relativamente à repartição por estatuto, a amostra é constituída por 1605 empresas que nunca exportaram (27,97%), por 2142 empresas que exportaram sempre (37,33%) e por 1991 empresas que exportaram apenas em alguns anos (34,70%).

O quadro III identifica, em termos setoriais e por região, as empresas quanto ao seu estatuto.

Quadro III: Caraterização das empresas por estatuto – análise por setor de atividade e por região.

Setor de Atividade	Não Exportadoras (%)	Exportadoras (%)	Exportadoras esporádicas (%)	NUT III	Não Exportadoras (%)	Exportadoras (%)	Exportadoras esporádicas (%)
Alimentar e Bebidas	51,32%	27,65%	21,03%	Alto Minho	27,86%	37,81%	34,33%
Calçado	37,27%	37,27%	25,47%	Alto Tâmega	41,46%	26,83%	31,71%
Maq. e Material Elétrico	13,12%	45,14%	41,73%	Área Met. Porto	25,83%	38,76%	35,41%
Material de Transporte	13,79%	60,92%	25,29%	Ave	27,28%	36,90%	35,82%
Metais	21,21%	34,00%	44,80%	Cávado	31,07%	38,20%	30,72%
Mobiliário	13,99%	40,53%	45,47%	Douro	32,74%	32,74%	34,51%
Plástico	11,76%	55,20%	33,03%	Tâmega e Sousa	30,48%	34,88%	34,64%
Têxtil	30,40%	37,10%	32,50%	Trás-os-Montes	30,56%	26,39%	43,06%
Média Total	27,97%	37,33%	34,70%	Média Total	27,97%	37,33%	34,70%

Considerando as empresas que nunca exportaram, entre 2010 e 2016, o setor de atividade Alimentar e Bebidas destaca-se dos demais, visto que mais de metade das empresas que o constituem nunca realizaram exportações (51,32%), percentagem substancialmente superior à registada pelo setor do Calçado (37,27%), que corresponde ao segundo setor de atividade com maior proporção de empresas que nunca procedeu a exportações, no período em análise. Em sentido oposto, surgem os setores de atividade Plástico (11,76%), Maquinaria e Material Elétrico (13,12%), Material de Transporte (13,79%) e Mobiliário (13,99%).

Relativamente às empresas que exportaram durante todo o período da amostra, destacam-se precisamente os quatro setores de atividade que obtiveram a menor proporção de empresas que nunca exportou, com ênfase para os setores de atividade Material de Transporte e Plástico, que correspondem aos setores que apresentam uma maior percentagem de empresas que exportaram todos os anos (60,92% e 55,20%, respetivamente). Por outro lado, no setor de atividade Alimentar e Bebidas, apenas 27,65% das empresas exportaram em todos os anos do período em análise.

No que concerne ao grupo de empresas exportadoras esporádicas, os setores de atividade Mobiliário, Metais e Maquinaria e Material Elétrico são aqueles em que há uma maior proporção de empresas que exportaram entre 1 e 6 anos (45,47%, 44,80% e 41,73%, respetivamente).

As diferenças entre regiões são muito mais ténues, comparativamente com o que se observou a nível setorial. A Área Metropolitana do Porto destaca-se das demais, uma vez que detém a maior proporção de empresas exportadoras (38,76%) e a menor proporção de empresas que nunca exportaram (25,83%). Em sentido inverso, a região do Alto Tâmega possui a maior proporção de empresas que nunca exportaram (41,46%) e a região de Trás-os-Montes detém a menor proporção de empresas exportadoras (26,39%). Paralelamente, a região de Trás-os-Montes é constituída pela maior proporção de empresas que apenas exportaram esporadicamente (43,06%).

2.3 Análise descritiva das variáveis em análise

Tendo como objetivo compreender o comportamento das variáveis que se pretendem analisar – número de empregados, volume de negócios total, idade, produtividade e inovação – proceder-se-á, nesta secção, ao estudo das estatísticas descritivas das referidas variáveis. Assim, o quadro IV realiza a descrição, a nível global, dos valores médios, mínimos, máximos, e do desvio padrão das variáveis em análise.

Quadro IV: Análise descritiva das características das empresas.

Variável (Proxy)	Média	Mínimo	Máximo	Desvio-Padrão
Dimensão (Número de empregados)	23,59	1	421	32,30
Dimensão (Volume de negócios total)	1.786,32	0,87	86.274,00	4.369,25
Idade	18,68	0	115	13,27
Produtividade (VAB/Nº de empregados)	19,25	0	569,83	16,32
Inovação (Ativos intangíveis)	10,64	0	9.858,08	164,74
Intensidade exportadora	21,05%	0,00%	100,00%	0,32

Fonte: Cálculos efetuados no programa Eviews.

No que concerne ao número de empregados, em média as empresas da amostra têm cerca de 24 trabalhadores. Embora a presente amostra apenas considere empresas que no ano de

2016 eram PME, o espaço temporal em análise é mais alargado (2010-2016), sendo esta a justificação para o facto de haver uma empresa com 421 colaboradores – a empresa em questão empregava 421 colaboradores em 2011. A presente amostra contém ainda empresas com apenas um colaborador. Visto que o desvio-padrão é superior à unidade (32,30), logo há empresas com valores consideravelmente acima e abaixo da média de 23,59 colaboradores por empresa, o que significa que há uma elevada dispersão dos valores referentes ao número de trabalhadores nas empresas em estudo.

Cada empresa obteve, em média, cerca de 1,8 milhões de euros de volume de negócios total. A empresa com maior volume de negócios total registou cerca de 86,3 milhões de euros, enquanto uma das empresas da amostra, no final de um dos anos, apresentou apenas 870 euros de volume de negócios total. A elevada disparidade entre o mínimo e o máximo no que concerne ao volume de negócios total, reflete-se no elevadíssimo desvio-padrão (4.369,25), o que demonstra uma grande dispersão no que diz respeito ao volume de negócios total das empresas em análise.

Relativamente à variável idade, a amostra contém empresas recentes, criadas apenas em 2010 – foi um dos requisitos estipulados na determinação da amostra – e outras que iniciaram atividade há mais de uma centena de anos, destacando-se uma empresa com 115 anos. O facto de o desvio-padrão ser superior à unidade (13,27), indica que há uma considerável dispersão entre as empresas no que se refere à data da constituição.

No âmbito da produtividade por trabalhador, em média cada trabalhador contribui com cerca de 19,3 mil euros para cada empresa da amostra. O valor máximo de produtividade é de cerca de 570 mil euros por trabalhador, enquanto que existem casos em que o colaborador tem uma contribuição nula para a empresa. À semelhança do que ocorrera nas variáveis “número de empregados”, “volume de negócios total” e “idade”, também no que se refere à produtividade o desvio-padrão é superior a 1 (16,32), pelo que há uma elevada dispersão entre os valores de produtividade dos colaboradores das empresas em análise.

Relativamente à inovação, medida pelo valor dos ativos intangíveis, a média corresponde a 10,6 mil euros. O elevado desvio-padrão (164,74) indica que existe uma considerável dispersão desta variável nas empresas incluídas na amostra.

No presente trabalho considera-se que a intensidade exportadora das empresas, embora não seja um determinante à exportação, é um fator relevante a ser analisado. Assim, o peso das exportações no volume de negócios total das empresas entre 2010-2016 é, em média, de

21,05%, e oscila entre 0 e 100%. O desvio padrão é inferior a 1, pelo que se pode considerar que há uma reduzida dispersão entre as empresas no que diz respeito a este fator.

Após a análise descritiva das características das empresas, é relevante analisar a sua evolução anual, tendo em consideração o período 2010-2016.

Quadro V: Evolução anual das características das empresas.

Ano	Nº Emp.	VN Total (milhares de euros)	Idade	Produtivida de (milhares de euros)	Inovação (milhares de euros)	Int. Exp. (%)
2010	22	1.539,86	16	18,51	8,11	18,23%
2011	22	1.641,22	17	18,33	8,87	19,73%
2012	23	1.655,80	18	18,18	9,50	21,41%
2013	23	1.774,57	19	19,16	10,97	22,12%
2014	24	1.883,41	20	19,74	10,86	21,99%
2015	25	1.958,23	21	20,09	12,29	21,93%
2016	26	2.051,14	22	20,71	13,87	21,92%
Média Total	24	1.786,32	19	19,25	10,64	21,05%

A observação do quadro V permite constatar que o número de empregados por empresa foi crescendo ao longo dos anos. Em 2010, cada empresa empregava, em média, 22 trabalhadores, tendo havido no ano de 2016 um acréscimo de 4 colaboradores face a 2010. A mesma análise pode ser realizada para a média do volume de negócios total de cada empresa, que registou um acréscimo ano após ano. A este respeito, destaca-se a transição do ano de 2012 para 2013, na qual cada empresa, em média, aumentou o volume de negócios total em cerca de 119 mil euros. Em sentido inverso, a transição de 2011 para 2012 registou, em média, o aumento menos significativo no que concerne ao volume de negócios total (cerca de 15 mil euros), facto que pode estar correlacionado com a crise económica que se viveu em Portugal neste período.

A média de idade de cada empresa foi calculada segundo o intervalo temporal 2010-2016, pelo que, naturalmente, ano após ano houve um acréscimo de uma unidade na idade média de cada empresa, tendo sido a média total de 19 anos.

No que diz respeito à produtividade por trabalhador, as diferenças não são significativas, tendo-se registado o valor mais reduzido no ano de 2012 (cerca de 18,2 mil euros) e o valor mais elevado em 2016 (cerca de 20,7 mil euros).

Relativamente à inovação, é relevante assinalar que, em média, houve um aumento dos ativos intangíveis das empresas ao longo dos anos, com exceção da transição de 2013 para 2014, observando-se o valor mais elevado em 2016 (os ativos intangíveis de cada empresa atingiram, em média, cerca de 14 mil euros).

No que concerne à intensidade exportadora, houve um aumento do peso do volume de negócios internacional no volume de negócios total de cerca de 4 pontos percentuais de 2010 a 2013, ano em que se registou o valor mais elevado (22,12%), tendo-se registado um ligeiro decréscimo desde então até 2016.

Posteriormente à descrição da evolução anual das características das empresas, considera-se de suma importância observar o seu comportamento do ponto de vista setorial e regional no período 2010-2016, exposto nos quadros VI e VII, respetivamente.

Quadro VI: Médias globais para as diferentes variáveis – análise setorial do período 2010-2016.

Sector de Atividade	Nº Emp.	VN Total (milhares de euros)	Idade	Produtividade (milhares de euros)	Inovação (milhares de euros)	Int. Exp. (%)
Alimentar e Bebidas	21	2.528,19	23	21,72	39,56	8,28%
Calçado	32	1.841,85	17	16,51	5,40	27,79%
Maq. e Material Elétrico	23	2.224,30	22	26,66	15,04	21,53%
Material de Transporte	38	3.945,38	21	22,77	79,45	34,14%
Metais	18	1.495,08	18	22,15	5,37	15,53%
Mobiliário	18	955,84	17	15,22	4,44	24,04%
Plástico	26	2.781,07	21	25,44	9,42	16,20%
Têxtil	25	1.635,97	17	16,36	4,86	25,10%
Média Total	24	1.786,32	19	19,25	10,64	21,05%

Observando o quadro VI, constata-se que o setor de atividade Material de Transporte é constituído pelas empresas que detêm, em média, o maior número de empregados (38) e o

maior volume de negócios total (cerca de 4 milhões de euros). Em sentido inverso, as empresas dos setores Mobiliário e Metais possuem, em média, apenas 18 empregados, assim como detêm o volume de negócios total mais reduzido (cerca de 955 mil euros e 1,5 milhões de euros, respetivamente).

No que concerne à idade, o Calçado, o Mobiliário e o Têxtil correspondem aos setores de atividade cujas empresas são, em média, mais recentes (17 anos), enquanto que as empresas do setor Alimentar e Bebidas são, em média, as mais antigas da amostra (23 anos).

As empresas pertencentes aos setores de atividade Maquinaria e Material Elétrico e Plástico são, em média, as mais produtivas da amostra (cerca de 27 e 25 mil euros por trabalhador, respetivamente), enquanto que as empresas pertencentes ao setor do Mobiliário são as menos produtivas (cerca de 15 mil euros por trabalhador).

O setor Material de Transporte é constituído pelas empresas que apresentam, em média, maiores níveis em inovação (cerca de 79 mil euros em ativos intangíveis), enquanto que as empresas pertencentes ao setor do Mobiliário são as que, em média, se revelaram menos inovadoras (cerca de 4 mil euros em ativos intangíveis).

Relativamente à intensidade exportadora, a nível setorial ocorrem diferenças muito significativas: de um lado, no setor Material de Transporte, o peso das exportações nas vendas totais das empresas é de 34%, enquanto que no setor Alimentar e Bebidas é de apenas 8%.

Quadro VII: Médias globais para as diferentes variáveis – análise regional do período 2010-2016.

NUT III	Nº Emp.	VN Total (milhares de euros)	Idade	Produtividade (milhares de euros)	Inovação (milhares de euros)	Int. Exp. (%)
Alto Minho	24	1.866,06	16	19,48	23,94	23,65%
Alto Tâmega	11	694,68	19	15,28	3,21	12,23%
Área Met. Porto	23	1.834,83	21	21,15	9,00	20,37%
Ave	24	1.863,17	18	17,54	6,35	21,78%
Cávado	23	1.809,74	17	18,40	7,70	21,74%
Douro	12	1.158,31	18	26,57	129,88	12,76%
Tâmega e Sousa	29	1.683,77	16	16,16	6,29	23,14%
Trás-os-Montes	11	1.182,87	17	19,81	2,70	9,54%
Média Total	24	1.786,32	19	19,25	10,64	21,05%

A nível regional, como evidenciado no quadro VII, as empresas localizadas na região do Tâmega e Sousa possuem, em média, o maior número de empregados da amostra (29), enquanto que as localizadas no Alto Tâmega e em Trás-os-Montes são as que empregam, em média, menos pessoas nos seus quadros (11).

As empresas sediadas nas regiões do Alto Minho e do Ave possuem, em média, os valores mais elevados de volume de negócios total (cerca de 1,9 milhões de euros). Em sentido inverso, as empresas sediadas na região do Alto Tâmega detêm, em média, o menor volume de negócios total (cerca de 700 mil euros).

Nas regiões do Alto Minho e do Tâmega e Sousa estão localizadas as empresas que são, em média, mais recentes (16 anos), enquanto que as empresas localizadas na Área Metropolitana do Porto são as que, em média, têm um maior número de anos de atividade (21 anos).

No que concerne à produtividade e à inovação, as empresas localizadas na região do Douro são, em média, as mais produtivas (cerca de 27 mil euros por trabalhador) e apresentam os maiores níveis de inovação (cerca de 130 mil euros em ativos intangíveis). Em sentido oposto, as empresas sediadas no Alto Tâmega são as menos produtivas (cerca de 15 mil euros por trabalhador) e as localizadas em Trás-os-Montes são as menos inovadoras (cerca de 3 mil euros em ativos intangíveis).

No que diz respeito à intensidade exportadora, destacam-se as empresas localizadas no Alto Minho e no Tâmega e Sousa (23,65% e 23,14%, respetivamente), enquanto que em Trás-os-Montes estão sediadas as empresas em que, em média, há um menor peso das exportações nas vendas totais (9,54%).

Capítulo 3 - Resultados empíricos

Neste capítulo realizar-se-á a comparação das características das empresas segundo o seu estatuto (Não Exportadoras/Exportadoras/Exportadoras Esporádicas). Começa-se por testar as diferenças de médias para a totalidade da amostra (Secção 3.1). Posteriormente far-se-á a análise por setor de atividade (Secção 3.2) e por região (Secção 3.3) e concluir-se-á com a discussão os resultados obtidos (Secção 3.4).

3.1 Comparação das características das empresas por estatuto

Nesta secção, assim como nas duas seguintes, irão analisar-se os grupos de empresas tendo em conta o seu estatuto (Não Exportadoras/Exportadoras/Exportadoras Esporádicas).

No decorrer da revisão de literatura, ficou evidente que as empresas exportadoras são, geralmente, de maior dimensão (possuem um maior número de colaboradores ou têm um volume de negócios superior), mais antigas, mais produtivas e mais inovadoras comparativamente às empresas não exportadoras. Assim, nesta fase pretende-se confirmar se as diferenças entre as características das empresas referentes aos três grupos são estatisticamente significativas, pelo que se procedeu ao teste não paramétrico Kruskal-Wallis, que permite testar a hipótese nula de que as médias associadas a três amostras independentes são iguais. Os resultados encontram-se no quadro VIII.

Adicionalmente, procedeu-se ao teste não paramétrico de Dunn, que realiza comparações múltiplas, com o objetivo de verificar se as características internas analisadas do grupo de empresas exportadoras são, de forma significativa, estatisticamente superiores às do grupo de empresas não exportadoras e exportadoras esporádicas. Os resultados do teste de Dunn encontram-se expostos nos anexos 2 e 3.

Quadro VIII: Comparação das características das empresas, por estatuto, no espaço temporal 2010-2016.

Estatuto	Dimensão (Nº Emp.)	Dimensão (VN Total)	Idade	Produtividade	Inovação
Não Exportadoras	11	301,21	16	14,43	6,71
Exportadoras	41	3.736,35	23	23,45	20,77
Exportadoras esporádicas	16	884,15	17	18,60	2,91
Média Total	24	1.786,32	19	19,25	10,64
P-Value (Kruskal-Wallis)	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000

Considerando os resultados dos “p-values” expostos no quadro VIII, verifica-se que há diferenças estatisticamente significativas em todas as características das empresas consoante o grupo em que se encontram, uma vez que o “p-value” obtido é inferior a qualquer dos níveis de significância mais usuais (1%, 5%, ou 10%), pelo que se rejeita a hipótese nula. Adicionalmente, depois de ter sido realizado o teste de Dunn, concluiu-se que, efetivamente, as características internas das empresas exportadoras são significativa e estatisticamente superiores às dos dois restantes grupos. Assim, de seguida, irão analisar-se as médias, por grupo de empresas, expostas no quadro VIII.

No que concerne ao número de empregados, há uma reduzida diferença entre as empresas não exportadoras e as exportadoras esporádicas (11 e 16 colaboradores em média, respetivamente), sendo que o mesmo não ocorre relativamente às exportadoras, que são constituídas, em média, por 41 empregados. Alternativamente ao número de empregados, segundo diversos autores o volume de negócios total das empresas é um indicador a ter em consideração, no sentido de aferir a importância que a variável “dimensão” das empresas tem na propensão à exportação. Neste contexto, as exportadoras apresentam, em média, cerca de 3,7 milhões de euros de volume de negócios total, valor sobejamente superior ao obtido pelas exportadoras esporádicas (cerca de 885 mil euros, em média) e pelas empresas que nunca exportaram (cerca de 300 mil euros, em média).

No que diz respeito à variável “idade”, as empresas que exportaram sempre têm, em média, mais 7 anos do que as não exportadoras e mais 6 anos do que as exportadoras esporádicas.

A variável “produtividade” foi descrita na revisão de literatura como estando direta e positivamente correlacionada com a propensão à exportação das PME. No caso em análise, a produtividade média por trabalhador de uma empresa exportadora é de cerca de 23 mil euros, valor substancialmente superior ao observado numa empresa que exporta esporadicamente (cerca de 19 mil euros), assim como numa empresa que nunca procedeu a exportações (cerca de 14 mil euros).

O nível de inovação numa empresa que exportou todos os anos (cerca de 21 mil euros em ativos intangíveis) é cerca de 3 vezes superior ao verificado numa empresa que nunca exportou (cerca de 7 mil euros em ativos intangíveis). Considera-se de suma importância salientar que uma exportadora esporádica detém menos de metade dos ativos intangíveis (cerca de 3 mil euros) comparativamente a uma empresa que nunca exportou.

Conclusivamente, é relevante salientar que para todas as variáveis em análise, o grupo constituído pelas empresas exportadoras apresenta, em média, valores mais elevados do que as exportadoras esporádicas e do que as não exportadoras. Por sua vez, as exportadoras esporádicas apresentam médias globais mais elevadas do que as não exportadoras para todas as características em análise, com exceção dos ativos intangíveis.

3.2 Análise por setor de atividade

Após terem sido discutidas as médias globais por grupo de empresas, tendo-se ainda concluído que as diferenças são estatisticamente significativas, realizar-se-á de seguida uma análise semelhante do ponto de vista setorial. Para o efeito, realizou-se o teste não paramétrico de Kruskal-Wallis por setor de atividade, o qual indica existirem diferenças estatisticamente significativas em todas as características das empresas de cada setor de atividade entre os três diferentes grupos, à exceção da variável “idade” no setor Material de Transporte, tal como exposto no quadro IX. Posteriormente a ter-se rejeitado a hipótese nula no teste Kruskal-Wallis, executou-se o teste não paramétrico de Dunn – exposto no anexo 2 – que confirmou a hipótese de que os valores médios obtidos em todos os determinantes do grupo de empresas exportadoras, de todos os setores de atividade, são significativa e estatisticamente superiores aos 2 restantes grupos de empresas, com exceção dos determinantes “idade” e “produtividade” no setor Material de Transporte.

Assim, de seguida vão analisar-se as diferenças estatísticas entre as características das empresas dos 3 grupos, pelo que importa atentar no quadro exposto infra.

Quadro IX: Comparação das características por estatuto de empresa – análise por setor de atividade do período 2010-2016.

		Alimentar e Bebidas	Calçado	Maq. e Material Elétrico	Material de Transporte	Metais	Mobiliário	Plástico	Têxtil	Média Total
Nº Emp.	Não Exp.	12	14	8	15	5	6	4	12	11
	Exp.	41	55	37	54	33	31	39	42	41
	Exp. esp.	18	25	12	13	11	11	12	20	16
P-Value (Kruskal-Wallis)		0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
VN Total (milhares de euros)	Não Exp.	460,44	254,88	409,20	745,47	246,82	206,91	280,80	257,88	301,21
	Exp.	7.054,68	3.773,63	4.038,54	5.993,82	3.254,13	1.755,36	4.464,59	3.421,44	3.736,35
	Exp. esp.	1.623,31	1.337,34	823,84	755,93	751,12	473,59	858,04	884,26	884,15
P-Value (Kruskal-Wallis)		0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Idade	Não Exp.	21	12	21	20	17	17	18	13	16
	Exp.	29	23	25	22	22	18	24	21	23
	Exp. esp.	21	16	19	21	16	16	18	16	17
P-Value (Kruskal-Wallis)		0,0000	0,0000	0,0000	0,1430	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Produtividade (milhares de euros)	Não Exp.	13,82	12,80	20,30	17,64	19,05	12,61	20,16	12,84	14,43
	Exp.	35,98	19,10	29,36	23,86	26,56	17,29	28,39	19,81	23,45
	Exp. esp.	22,25	18,15	25,72	22,95	20,26	14,18	22,41	15,70	18,60
P-Value (Kruskal-Wallis)		0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Inovação (milhares de euros)	Não Exp.	33,19	0,13	1,27	0,39	0,71	1,82	0,04	0,10	6,71
	Exp.	78,47	11,77	20,96	129,50	13,63	8,24	15,45	11,45	20,77
	Exp. esp.	3,95	3,81	12,93	1,98	1,31	1,86	2,66	1,78	2,91
P-Value (Kruskal-Wallis)		0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000

Relativamente ao número de colaboradores, as diferenças entre exportadoras e não exportadoras são, em média, máximas nos setores do Calçado (55 e 14 colaboradores, respetivamente) e Material de Transporte (54 e 15 colaboradores, respetivamente), e são menos evidentes no setor do mobiliário (31 e 6 colaboradores, respetivamente). No que se refere à característica em análise, as diferenças entre as empresas que exportam sempre e as que apenas exportam esporadicamente são mais elevadas, em média, nos setores Material de Transporte (54 e 13 colaboradores, respetivamente) e Calçado (55 e 25 colaboradores, respetivamente) e apresentam-se, novamente, como mais reduzidas no setor do Mobiliário (31 e 11 colaboradores, respetivamente). Adicionalmente, é pertinente destacar que as diferenças entre as exportadoras esporádicas e as não exportadoras são, em média, muito mais ténues: no setor do Calçado, uma exportadora esporádica tem, em média, mais 11 colaboradores do que uma empresa não exportadora, enquanto que o setor Material de Transporte é o único setor no qual uma empresa não exportadora tem, em média, mais colaboradores do que uma exportadora esporádica (15 e 13 colaboradores, respetivamente).

No que diz respeito ao volume de negócios total, a diferença deste parâmetro entre uma empresa exportadora e uma que não o é atinge o expoente máximo, em média, no setor de atividade Alimentar e Bebidas (cerca de 7 milhões de euros e 460 mil euros, respetivamente), enquanto que a referida diferença é mínima no setor de atividade Mobiliário (cerca de 1,75 milhões de euros e 207 mil euros, respetivamente). A tendência mantém-se aquando da comparação entre uma empresa exportadora e uma exportadora esporádica: o contraste é, em média, superior a 5 milhões de euros por empresa nos setores Alimentar e Bebidas e Material de Transporte, atingindo aproximadamente um quinto do referido valor no setor Mobiliário, o qual regista a menor diferenciação entre os 2 grupos em análise. Relativamente à diferenciação entre exportadoras esporádicas e não exportadoras, a diferença é, em média, mais elevada no setor Alimentar e Bebidas (1,6 milhões de euros e 460 mil euros, respetivamente), e revela-se praticamente inexistente no setor Material de Transporte.

No que diz respeito à variável “idade”, as empresas exportadoras são, em média, mais antigas do que as não exportadoras, situando-se as diferenças mais pronunciadas no setor do Calçado (23 e 12 anos, respetivamente) e as mais ténues no setor do Mobiliário (18 e 17 anos, respetivamente). Em todos os setores de atividade as empresas que exportam são mais antigas do que as empresas que exportam esporadicamente, sendo no setor Alimentar e Bebidas que essa diferença é mais evidente (29 e 21 anos, respetivamente), enquanto no setor Material de Transporte a disparidade é mínima (22 e 21 anos, respetivamente). Uma empresa

exportadora esporádica é, em média, 1 ano mais antiga do que uma não exportadora, pelo que as diferenças nestes 2 grupos são praticamente inexistentes no que à referida característica diz respeito.

Um trabalhador de uma empresa exportadora é, em média, mais produtivo do que numa empresa que não o é, sendo essa discrepância máxima no setor Alimentar e Bebidas (cerca de 36 e 14 mil euros por trabalhador, respetivamente) e mínima no setor Mobiliário (cerca de 17 e 13 mil euros). A diferenciação de produtividade de um trabalhador entre uma empresa exportadora e uma exportadora esporádica é mais elevada no setor Alimentar e Bebidas (cerca de 36 e 22 mil euros por trabalhador) e praticamente inexistente nos setores Material de Transporte e Calçado. Um trabalhador de uma exportadora esporádica é sempre mais produtivo do que numa não exportadora, fixando-se a maior diferença, novamente, no setor Alimentar e Bebidas (cerca de 22 e 14 mil euros por trabalhador), enquanto que nos setores Metais e Mobiliário a diferença é muito reduzida.

Ao comparar-se o nível de inovação entre uma empresa exportadora e uma não exportadora, verifica-se que a diferença atinge o valor máximo, em média, no setor de atividade Material de Transporte (cerca de 129 mil euros e 390 euros em ativos intangíveis, respetivamente), e é substancialmente mais reduzida no setor Mobiliário (cerca de 8,2 e 1,8 mil euros em ativos intangíveis), tendência que se mantém quando se compara uma empresa exportadora com uma exportadora esporádica, com diferenças máximas e mínimas bastante aproximadas às agora expostas. Uma empresa que nunca exportou detém, em média, mais 3,8 mil euros em ativos intangíveis do que uma exportadora esporádica, sendo a referida disparidade mais evidente no setor Alimentar e Bebidas (cerca de 33 e 4 mil euros, respetivamente).

Em suma, e em concordância com as conclusões aferidas pelo teste de Dunn, verifica-se que os valores médios apresentados pelas empresas exportadoras, em todos os setores de atividade, são estatisticamente superiores aos obtidos pelos dois restantes grupos.

3.3 Análise por região

À semelhança do que foi realizado a nível setorial, também no que concerne às regiões é pertinente perceber se há diferenças estatisticamente significativas entre as características das empresas nos três diferentes grupos em análise. Assim, o teste não paramétrico de Kruskal-Wallis, conclui que existem diferenças estatisticamente significativas em todas as características das empresas de cada região entre os três diferentes grupos, com exceção da variável “idade” nas regiões do Alto Minho, Alto Tâmega e Trás-os-Montes, bem como a

variável “inovação” na última região referida, cujas diferenças entre os 3 diferentes grupos também não são estatisticamente significativas, tal como apresentado no quadro X. Em conformidade com o que foi realizado a nível setorial, também a nível regional se realizou o teste não paramétrico de Dunn (ver anexo 3). Concluiu-se que, à exceção da variável “idade” nas regiões do Alto Minho, Alto Tâmega e Trás-os-Montes, assim como a variável “inovação” na última região elencada, os valores médios obtidos em todas as “proxy” do grupo de empresas exportadoras, de todas as regiões, são significativa e estatisticamente superiores aos 2 restantes grupos de empresas.

Neste seguimento, vão analisar-se as diferenças entre as características das empresas exportadoras, não exportadoras e exportadoras esporádicas a nível regional de acordo com os dados expostos no quadro X.

Quadro X: Comparação das características por estatuto de empresa – análise por região do período 2010-2016.

		Alto Minho	Alto Tâmega	Área Met. Porto	Ave	Cávado	Douro	Tâmega e Sousa	Trás-os-Montes	Média Total
Nº Emp.	Não Exp.	10	8	10	11	10	8	15	5	11
	Exp.	40	15	39	40	39	19	52	21	41
	Exp. esp.	18	11	14	17	16	7	19	9	16
P-Value (Kruskal-Wallis)		0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
VN Total (milhares de euros)	Não Exp.	314,52	261,20	302,22	294,92	270,16	556,49	306,26	250,33	301,21
	Exp.	3.741,49	1.366,88	3.780,94	3.967,85	3.640,14	2.405,09	3.633,52	3.338,48	3.736,35
	Exp. esp.	1.059,58	672,96	821,02	884,95	1.091,06	546,43	932,45	523,48	884,15
P-Value (Kruskal-Wallis)		0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Idade	Não Exp.	18	21	18	14	14	19	13	17	16
	Exp.	16	18	25	22	21	18	20	17	23
	Exp. esp.	16	19	19	16	15	16	15	18	17
P-Value (Kruskal-Wallis)		0,1223	0,5771	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,4242	0,0000
Produtividade (milhares de euros)	Não Exp.	13,30	13,03	15,88	13,17	13,92	19,37	12,66	14,37	14,43
	Exp.	23,64	21,73	25,11	21,90	21,94	35,78	20,04	32,48	23,45
	Exp. esp.	19,92	12,80	20,65	16,38	18,51	24,64	15,35	15,91	18,60
P-Value (Kruskal-Wallis)		0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Inovação (milhares de euros)	Não Exp.	1,88	1,51	0,96	0,15	0,14	265,89	0,36	0,72	6,71
	Exp.	59,86	9,54	18,52	15,07	18,78	129,88	16,36	3,37	20,77
	Exp. esp.	2,27	0,06	4,44	2,08	1,57	0,84	1,36	3,47	2,91
P-Value (Kruskal-Wallis)		0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0602	0,0000

No que respeita ao número de empregados, as diferenças mais significativas entre exportadoras e não exportadoras verificam-se no Tâmega e Sousa (52 e 15 colaboradores, respetivamente), e as mais reduzidas observam-se no Alto Tâmega (15 e 8 colaboradores, respetivamente). A mesma tendência, embora em menor proporção, verifica-se igualmente aquando da comparação entre a média do número de trabalhadores pertencentes ao grupo de empresas exportadoras e as exportadoras esporádicas, observando-se as diferenças mais pronunciadas no Tâmega e Sousa (52 e 19 trabalhadores, respetivamente), enquanto na região do Alto Tâmega a dissemelhança é mínima (15 e 11 trabalhadores, respetivamente). A nível global, uma empresa exportadora esporádica tem, em média, mais 5 colaboradores do que uma não exportadora, sendo no Alto Minho que se verifica, em média, a maior disparidade (18 e 10 trabalhadores, respetivamente). Contra a tendência das restantes regiões, no Douro uma empresa não exportadora tem, em média, mais um colaborador do que uma exportadora esporádica.

As empresas exportadoras têm, em média, mais de 3 milhões de euros de volume de negócios total do que as empresas que nunca exportaram, com exceção das empresas localizadas no Alto Tâmega (cerca de 1,36 milhões e 261 mil euros, respetivamente) e no Douro (cerca de 2,4 milhões e 556 mil euros, respetivamente) cujas diferenças são consideravelmente mais reduzidas. Ao comparar-se uma empresa exportadora com uma exportadora esporádica, verifica-se que as diferenças não são, em média, muito diferentes das que foram acima expostas, sendo na região do Ave que a discrepância é mais evidente (cerca de 4 milhões e 895 mil euros, respetivamente), enquanto na região do Alto Tâmega as diferenças são consideravelmente mais reduzidas (cerca de 1,36 milhões e 673 mil euros, respetivamente). Assim, ficou bem patente que as diferenças entre o grupo de empresas exportadoras esporádicas e não exportadoras, no que ao volume de negócios diz respeito, são muito ténues, atingindo o valor mais pronunciado na região do Cávado (cerca de 1,1 milhões e 270 mil euros, respetivamente), enquanto que no Douro a tendência inverte-se, uma vez que nesta região uma empresa não exportadora tem, em média, um volume de negócios total 10 mil euros superior a uma exportadora esporádica.

No que se refere à idade, as empresas exportadoras têm, em média, mais 7 anos do que as empresas que nunca exportaram, sendo que tal não se verifica apenas nas regiões do Douro, Alto Minho e Alto Tâmega (uma empresa não exportadora tem, em média, mais 1, 2 e 3 anos do que uma empresa exportadora, respetivamente), bem como em Trás-os-Montes, região em que não se verifica qualquer diferença de idade entre os 2 grupos de

empresas. Comparando as empresas exportadoras com as exportadoras esporádicas, verifica-se que as primeiras são, em média, 6 anos mais antigas do que as segundas, apesar de nas regiões do Alto Tâmega e Trás-os-Montes a tendência ser oposta (em média, uma exportadora esporádica é 1 ano mais antiga do que uma exportadora). Tal como se referiu aquando da análise setorial, em média uma exportadora esporádica é um ano mais antiga do que uma não exportadora, pelo que não há diferenças significativas a destacar.

Um trabalhador de uma empresa exportadora é, em média, 9 mil euros mais produtivo do que numa empresa não exportadora, sendo essa diferença mais pronunciada nas regiões de Trás-os-Montes (cerca de 32,5 mil e 14,4 mil euros por trabalhador, respetivamente) e Douro (cerca de 35,8 mil e 19,4 mil euros, respetivamente), tendência que se mantém quando se compara o grupo de empresas exportadoras com as exportadoras esporádicas, embora em menor “escala”. Um trabalhador de uma empresa que exporta esporadicamente é, em média, mais produtivo em cerca de 4 mil euros do que numa empresa que nunca exportou, sendo que tal não sucede apenas na região do Alto Tâmega, na qual um trabalhador de uma empresa não exportadora é, em média, mais produtivo do que numa exportadora esporádica, ainda que as diferenças sejam mínimas.

Relativamente ao nível de inovação, embora uma empresa exportadora possua, em média, mais 14 mil euros em ativos intangíveis comparativamente a uma empresa que nunca exportou, na região do Douro a referida tendência não se verifica, visto que uma empresa que nunca exportou detém mais 136 mil euros em ativos intangíveis, em média, do que uma empresa exportadora. A discrepância é ainda superior quando se comparam as empresas exportadoras com as exportadoras esporádicas, visto que uma empresa exportadora é detentora, em média, de mais de 18 mil euros de ativos intangíveis do que uma exportadora esporádica, tendo-se registado a diferença mais elevada, novamente, na região do Douro (cerca de 130 mil e 840 euros de ativos intangíveis, respetivamente) e a mais reduzida – e praticamente inexistente – em Trás-os-Montes. Tal como foi anteriormente referido, aquando da análise setorial, uma empresa que nunca exportou detém, em média, mais 3,8 mil euros em ativos intangíveis do que uma exportadora esporádica. Para tal, muito contribuiu a região do Douro, na qual em média uma empresa não exportadora é constituída por 266 mil euros em ativos intangíveis, enquanto o grupo de empresas exportadoras esporádicas praticamente não possui este tipo de ativos.

Conclusivamente, e tal como verificado a nível setorial, também no que concerne às regiões, verifica-se que os valores médios apresentados pelas empresas exportadoras, em todas as regiões, são significativamente superiores aos obtidos pelos dois restantes grupos.

3.4 Discussão dos resultados

Tendo por base os resultados das diferenças de médias, nesta secção vão analisar-se os setores de atividade e as regiões com mais potencial para internacionalizar via exportação.

No decorrer da revisão de literatura, concluiu-se que as empresas de maior dimensão, mais antigas, mais produtivas e mais inovadoras têm uma maior propensão a exportar, sendo relevante, nesta fase, indicar os principais motivos para tal. Relativamente à dimensão, segundo Yang, Chen & Chuang (2004) as empresas de maior dimensão, ao beneficiarem de economias de escala e por possuírem mais recursos, têm uma maior probabilidade de se direcionarem para os mercados internacionais através de exportações. No que concerne à idade, Fernández & Nieto (2006) concluíram que esta variável tem um impacto positivo na propensão a exportar das PME, na medida em que é crucial na criação de competências críticas e no desenvolvimento de recursos que são decisivos para o início do processo de exportação. As empresas muito produtivas, na ótica de Ganotakis & Love (2012), têm uma maior propensão a tornarem-se exportadoras, porque apenas este tipo de empresas possui custos marginais suficientemente baixos que permitem assegurar o pagamento dos custos fixos de entrada no mercado internacional. No que respeita à inovação, segundo Sterlacchini (2001) as empresas de pequena dimensão que são bem-sucedidas nos mercados externos dependem quase exclusivamente das inovações dos seus produtos, enquanto que nas empresas de dimensão média, a introdução de maquinaria inovadora, que permita reduzir custos, é tida como crucial para melhorar o desempenho das exportações

Neste sentido, empregou-se como critério-base para a seleção dos setores e regiões com maior potencial a internacionalizar, o facto de serem constituídos pelo conjunto de empresas não exportadoras e exportadoras esporádicas que detêm os valores médios mais elevados no que concerne à dimensão, idade, produtividade e inovação.

Assim, a nível setorial há 4 setores que, pelas características das empresas que neles operam, têm uma elevada propensão a exportar: Alimentar e Bebidas, Calçado, Maquinaria e Material Elétrico e Material de Transporte.

As empresas exportadoras esporádicas que pertencem ao primeiro dos setores enunciados detêm, em média, o maior volume de negócios total da amostra (cerca de 1,6 milhões de euros), sendo este setor constituído pelas não exportadoras e exportadoras

esporádicas mais antigas (cerca de 21 anos), e pelas não exportadoras mais inovadoras (detêm, em média, cerca de 33 mil euros em ativos intangíveis).

Relativamente ao setor do Calçado, as não exportadoras e exportadoras esporádicas sobressaem das demais no que concerne ao número de empregados (cerca de 14 e 25 colaboradores), e as exportadoras esporádicas deste setor detêm o segundo volume de negócios total mais elevado (cerca de 1,3 milhões de euros).

No setor Maquinaria e Material Elétrico, as empresas não exportadoras que o constituem destacam-se por serem, em média, as mais antigas (cerca de 21 anos) e as mais produtivas (cerca de 20,3 mil euros por trabalhador), enquanto que as exportadoras esporádicas são as mais produtivas (cerca de 25,7 mil euros) e as mais inovadoras (detêm cerca de 12,9 mil euros em ativos intangíveis) da amostra.

Conclusivamente, as empresas não exportadoras que laboram no setor Material de Transporte surgem em evidência devido a possuírem, em média, o maior número de empregados (cerca de 15 colaboradores) e volume de negócios total (cerca de 745 mil euros).

No que a nível regional diz respeito, depois de serem analisadas pormenorizadamente as características das empresas localizadas nas oito regiões em estudo, concluiu-se que é no Alto Minho, Área Metropolitana do Porto, Douro e Tâmega e Sousa que se localizam as empresas que têm mais potencial de internacionalização via exportação.

As exportadoras esporádicas do Alto Minho destacam-se por deterem, em média, o segundo maior número de empregados (cerca de 18 colaboradores) e volume de negócios total (cerca de 1,1 milhão de euros) da amostra.

Relativamente à Área Metropolitana do Porto, é constituída pelas exportadoras esporádicas mais antigas da amostra (cerca de 19 anos), assim como detêm – apenas é ultrapassada pelas empresas que constituem a região do Douro – os trabalhadores mais produtivos da amostra no grupo de não exportadoras e exportadoras esporádicas (cerca de 15,9 e 20,7 mil euros, respetivamente), sendo também constituída pelas exportadoras esporádicas mais inovadoras (cerca de 4,4 mil euros em ativos intangíveis).

Na região do Douro, as não exportadoras e exportadoras esporádicas destacam-se das demais em diversos parâmetros: por um lado, as não exportadoras desta região detêm, em média, o maior volume de negócios total (cerca de 556 mil euros), são as mais produtivas (cerca de 19,3 mil euros por trabalhador) e, de forma significativa, as mais inovadoras (cerca

de 266 mil euros em ativos intangíveis). Paralelamente, as exportadoras esporádicas do Douro são as mais produtivas (cerca de 24,6 mil euros por trabalhador).

As empresas não exportadoras e exportadoras esporádicas localizadas na região do Tâmega e Sousa exibem, em média, o maior número de empregados da amostra (cerca de 15 e 19 colaboradores, respetivamente).

Assim, face ao exposto, considera-se que os setores de atividade Alimentar e Bebidas, Calçado, Maquinaria e Material Elétrico e Material de Transporte, assim como as regiões do Alto Minho, Área Metropolitana do Porto, Douro e Tâmega e Sousa, pelas características das empresas que os constituem, correspondem aos setores de atividade e regiões com maior potencial de internacionalização.

Capítulo 4 - Estágio curricular

Este capítulo incluirá uma descrição da empresa onde foi realizado o estágio curricular, a “Triconsulte – Serviços de Apoio à Gestão, Lda” (secção 4.1), bem como serão descritas todas as atividades desenvolvidas no âmbito do estágio curricular (secção 4.2), que decorreu entre setembro de 2017 e janeiro de 2018, sendo concedida particular atenção à análise das respostas de 120 PME da região norte de Portugal a um inquérito realizado, as quais fornecerão conclusões muitíssimo pertinentes sobre as motivações que levaram as empresas a internacionalizar, as estratégias mais comuns de entrada nos mercados internacionais e os principais obstáculos enfrentados no processo de internacionalização. Assim, com extrema organização e rigor desde o primeiro dia, e cumprindo meticulosamente todos os objetivos inicialmente delineados, foi possível concluir o programa de estágio curricular de uma forma francamente positiva.

4.1 Triconsulte – Serviços de Apoio à Gestão, Lda¹

A Triconsulte é uma empresa sediada em Matosinhos, fundada em 1991. A empresa possui como “core business” os serviços de consultoria estratégica, desempenhando adicionalmente diversos planos de negócios, candidaturas ao “Portugal 2020”, concede apoio a municípios, trabalha com bancos multilaterais de desenvolvimento, realiza consultoria de gestão, executa planos de recuperação em empresas insolventes, auxilia empresas na otimização de processos produtivos e realiza estratégias de internacionalização empresarial.

A supracitada empresa tem ao seu dispor um conjunto de profissionais especialistas em diferentes áreas, com o objetivo de permitir que os clientes tenham acesso a serviços especializados que são críticos no desenvolvimento e decisões estratégicas de cada empresa.

Em todas as suas áreas de atuação, a Triconsulte tem a pretensão de ser um parceiro de referência, no que concerne ao rigor, confiança, ética e excelência na execução dos projetos que realiza.

4.2 Funções desempenhadas no estágio

A Triconsulte foi convidada a realizar um estudo, em parceria com a Associação Empresarial de Portugal, sobre o potencial de internacionalização das PME da região norte de Portugal. Para o efeito, no momento do início do programa de estágio curricular, tinha já sido delineado, por parte da Triconsulte, um inquérito (exposto no anexo 10) e selecionada

¹ Fonte: Site oficial da Triconsulte – Serviços de Apoio à Gestão, Lda.

a amostra de empresas relevantes para o estudo. No que concerne ao inquérito, dir-se-á de seguida, de forma sucinta, os grupos de questões apresentados às empresas. Inicialmente questionou-se cada empresa sobre o ano de início de atividade e de internacionalização, assim como qual o volume de negócios total, internacional, o número de trabalhadores e o número de países para os quais a empresa exportava – à data da realização do inquérito. Posteriormente, procurou compreender-se quais as principais motivações para a internacionalização; os critérios de escolha dos mercados de destino – e respetiva categorização dos mercados internacionais mais importantes para cada empresa, de acordo com o volume de negócios atual – e as estratégias de inserção utilizadas nos mercados mais relevantes para a empresa; o impacto que a internacionalização teve na empresa; os principais obstáculos encontrados; a caracterização dos produtos internacionalizados; estratégias da empresa para se adaptar aos mercados internacionais; avaliação da empresa relativamente aos apoios à internacionalização concedidos por determinadas instituições.

Posteriormente, as atividades desenvolvidas no estágio centraram-se em implementar o inquérito à amostra de empresas selecionadas e posterior tratamento dos dados recolhidos. Após um extenso período, no qual foram contactadas 541 empresas, obteve-se a resposta por parte de 120 empresas aos inquéritos realizados, das quais 92 empresas fazem parte da lista final de PME da amostra usada no capítulo 3 do presente trabalho (cerca de 77%).

Assim, para o desenrolar do presente trabalho, foi de suma importância o tempo de estágio na empresa, no qual as atividades, como já se referiu, passaram sobretudo pela implementação, análise e tratamento das respostas dadas por 120 empresas ao inquérito realizado. A repartição das empresas inquiridas, por setor de atividade e região, encontra-se exposta no quadro XI.

Quadro XI: Número de empresas que respondeu ao inquérito - Repartição por setor de atividade e NUT III.

Setor de Atividade	CAE REV. 3 Principal	Número de PME	% do Total da Amostra	NUT III	Número de PME	% do Total da Amostra
Bebidas	11	11	9,17%	Alto Minho	8	6,67%
Calçado	15	17	14,17%	Alto Tâmega	2	1,67%
Maq. e Material Elétrico	27 e 28	15	12,50%	Área Met. Porto	41	34,17%
Material de Transporte	29	7	5,83%	Ave	14	11,67%

Metais	24 e 25	25	20,83%	Cávado	22	18,33%
Mobiliário	31	14	11,67%	Douro	8	6,67%
Plástico	22	9	7,50%	Tâmega e Sousa	22	18,33%
Têxtil	13 e 14	22	18,33%	Trás-os-Montes	3	2,50%
Total		120	100,00%	Total	120	100,00%

Nos inquéritos realizados, as perguntas foram dirigidas a colaboradores com cargos de elevada responsabilidade na área financeira, alguns dos quais diretamente relacionados com as áreas de internacionalização da empresa (administradores, diretores financeiros, diretores de contabilidade, diretores de exportação, entre outros). As respostas poderiam ter a classificação entre 1 - nada relevante e 5 - extremamente relevante. Neste contexto, importa para o presente trabalho proceder, de forma sucinta, às conclusões dos indicadores mais relevantes para o estudo em análise.

4.2.1 Motivações para a internacionalização

No que diz respeito às motivações para a internacionalização, analisaram-se de forma detalhada a importância da experiência pessoal e o perfil do empresário, o alargamento do leque de recursos (humanos e/ou financeiros), a evolução tecnológica ao nível da comunicação e logística e as características dos recursos humanos disponíveis. Tal como se pode verificar nos anexos 4 e 5, das referidas motivações para internacionalizar, a experiência e o perfil do empresário foi considerada, em média, a mais relevante por parte das empresas inquiridas (média de 3,94), seguindo-se a evolução tecnológica ao nível da comunicação e logística (média de 3,34), as características dos recursos humanos (média de 3,31) e o aumento dos recursos humanos e/ou financeiros foi considerada, em média, a motivação menos significativa (média de 3,14) para as empresas iniciarem as vendas no exterior.

A nível setorial, como se pode comprovar pela visualização do anexo 4, as empresas que constituem o setor do Mobiliário são as que, em média, concedem maior relevância a todas as motivações em análise. Em sentido inverso, as empresas do setor Material de Transporte consideram, em média, a experiência pessoal e o perfil do empresário (média de 3,29) e as características dos recursos humanos disponíveis (média de 2,57) como fatores menos relevantes para a entrada nos mercados internacionais. No que diz respeito ao alargamento do leque de recursos humanos/financeiros, as empresas inseridas no setor do Plástico são as

que, em média, conferem menos importância à referida motivação para internacionalizar (média de 2,67). A evolução ao nível da comunicação e logística é menos valorizada, em média, pelas empresas que constituem o setor das Bebidas (média de 2,64).

A visualização do anexo 5 permite concluir que a nível regional, as empresas localizadas nas regiões do Cávado e Ave são as que consideram mais relevantes, em média, a experiência pessoal e perfil do empresário (média de 4,23 e 4,21, respetivamente), ao contrário das empresas da região do Alto Tâmega (média de 3). As empresas localizadas na última região referida, são as que, em média, mais importância conferem ao alargamento do leque de recursos humanos/financeiros para se dirigem para os mercados internacionais (média de 3,50), contrariamente às empresas da região do Douro (média de 2,63). A evolução tecnológica ao nível da comunicação e logística é uma motivação significativa para as empresas da região de Trás-os-Montes (média de 4), e é considerada como pouco determinante para as empresas da região do Alto Tâmega iniciarem o seu processo de internacionalização (média de 2). No que concerne às características dos recursos humanos disponíveis, estas são um fator determinante para as empresas dos Trás-os-Montes internacionalizarem (média de 4,33) e são consideradas como pouco relevantes para as empresas localizadas no Alto Minho (média de 2,88).

4.2.2 Modos de entrada nos mercados externos

No que concerne às estratégias adotadas pelas empresas para se inserirem no principal mercado externo onde detêm relações comerciais, os anexos 6 e 7 permitem inferir que as exportações realizadas diretamente via equipa comercial e as exportações que se realizam indiretamente através de distribuidor (62,50% e 34,17%, respetivamente) são os modos de entrada no mercado internacional mais usuais entre as 120 empresas consideradas na amostra. Apenas 3 empresas referiram que a sua inserção no principal mercado externo no qual detêm relações foi realizada através de uma filial comercial e somente uma empresa o fez através de uma filial industrial. É ainda relevante salientar o facto de nenhuma empresa da amostra ter optado por se dirigir para o principal mercado com o qual se relaciona comercialmente através de exportações via E-commerce ou através licenciamento/franchising.

A nível setorial, o anexo 6 alude para o facto de o setor de atividade Mobiliário ser constituído pela maior proporção de empresas que optaram por exportar de forma indireta para o mercado mais importante para o volume de negócios (64,29%) e pela menor proporção de empresas que exportaram diretamente (35,71%). Em sentido inverso, as

empresas que pertencem aos setores do Calçado e do Têxtil optaram preferencialmente por exportar diretamente via equipa comercial (76,47% e 72,73%, respetivamente) ao invés de o fazerem de forma indireta (23,53% e 22,73%, respetivamente). As únicas 3 empresas que se inseriram no principal mercado internacional através de uma filial comercial pertencem aos setores Material de Transporte, Têxtil e Maquinaria e Material Elétrico, sendo o último setor referido composto também por uma empresa que se internacionalizou através de uma filial industrial.

O anexo 7 expõe que a nível regional, o Alto Minho foi a região constituída por uma maior proporção de empresas que exportaram indiretamente para o principal mercado internacional (62,5%) e pela menor proporção de empresas que internacionalizaram diretamente via equipa comercial (12,5%). Contrariamente ao exposto, as empresas da região do Ave optaram preferencialmente por exportarem diretamente (85,71%), em detrimento de o fazerem de forma indireta (14,29%). Adicionalmente, é relevante referir que um quarto das empresas que constituem o Alto Minho inseriram-se no seu mercado internacional mais relevante através de uma filial comercial e que a Área Metropolitana do Porto é constituída por uma empresa que se internacionalizou via filial comercial e outra que o fez através de uma filial industrial.

Outra das vantagens dos inquéritos realizados foi conhecer os principais mercados para onde as PME da região norte de Portugal se dirigem. Assim, França e Espanha corresponderam, inequivocamente, aos principais mercados de destino, podendo salientar-se também o Reino Unido, a Alemanha, os EUA, os Países Baixos, a Bélgica, Itália, Angola e Suíça.

4.2.3 Principais obstáculos encontrados no processo de internacionalização

Relativamente aos principais obstáculos que as empresas enfrentaram quando decidiram internacionalizar, de entre os que se investigaram de forma mais pormenorizada, os anexos 8 e 9 expõem que a concorrência no mercado de destino foi considerada, em média, o principal entrave à internacionalização das empresas (média de 3,28). Adicionalmente, as lacunas de conhecimento sobre o mercado internacional, os quadros com insuficiente experiência internacional e as limitações na área da logística representaram, em média, o mesmo grau de entrave à internacionalização (média de 2,33), enquanto que as barreiras linguísticas e culturais foram consideradas, em média, o fator com impacto menos significativo de entre as cinco barreiras à internacionalização analisadas (média 1,93).

Do ponto de vista setorial, o anexo 8 indica que a falta de conhecimento sobre o mercado internacional foi percecionada com um obstáculo relevante à internacionalização nas empresas do setor do Plástico (média de 3), e obteve pouca relevância para as empresas do setor do Calçado (média de 1,71). O mesmo padrão verificou-se nas limitações na área da logística, as quais foram consideradas como um obstáculo importante para as empresas do setor do Plástico se internacionalizarem (média de 3,56) e pouco significativo para as empresas do Calçado (média de 1,47). As empresas que pertencem ao setor Material de Transporte foram as que menos valorizaram, em média, as barreiras linguísticas e culturais (média de 1,29), os quadros com diminuta experiência internacional (média de 1,57) e a concorrência no mercado de destino (média de 2,57) como sendo obstáculos à internacionalização. No que diz respeito às barreiras linguísticas e culturais há uma elevada homogeneização nas respostas entre setores de atividade, sendo que o mesmo não ocorre quanto à diminuta experiência internacional dos recursos humanos, tendo as empresas do setor têxtil considerado este fator um obstáculo relevante no processo de internacionalização (média de 3,05). No que diz respeito à concorrência no mercado de destino, considerado - em média - o maior obstáculo à internacionalização, as empresas dos setores Metais e Mobiliário foram as que concederam maior relevância a este fator (média de 3,72 e 3,71).

A nível regional, tal como exposto no anexo 9, há uma elevada uniformização das respostas no que respeita às falhas de conhecimento sobre o mercado internacional, ao contrário do que ocorre quando se tem em consideração as barreiras linguísticas e culturais, fator que as empresas do Alto Tâmega e Trás-os-Montes consideram, em média, um obstáculo significativo (média de 3), em contraste com as empresas sediadas no Alto Minho e Douro (média de 1,63). A diminuta experiência internacional dos recursos humanos é percecionada, em média, como um obstáculo relevante para as empresas de Trás-os-Montes (média de 3,33), contrariamente ao que sucede nas empresas do Alto Tâmega (média de 1,50). A concorrência no mercado de destino, como já se referiu, é considerado, em média, o principal obstáculo à internacionalização por parte das empresas inseridas na amostra, principalmente para as empresas do Alto Tâmega (média de 4) e do Douro (média de 3,63), e é considerado um obstáculo menos significativo para as empresas do Alto Minho (média de 2,75). Por último, as empresas localizadas em Trás-os-Montes consideram as limitações na área da logística como uma barreira relevante no processo de internacionalização (média de 3,33), contrariamente às empresas da região do Ave (média de 1,86).

Em síntese, a maior motivação de entrada nos mercados internacionais é a experiência pessoal e o perfil do empresário, que ocorre maioritariamente via exportações diretas (através de equipa comercial), sendo o principal obstáculo que as empresas sentem quando iniciam a sua atividade no mercado internacional a elevada concorrência no mercado de destino.

Conclusões

Em Portugal, as Pequenas e Médias Empresas (PME) representam 99,9% do tecido empresarial, e tem sido cada vez maior a proporção de empresas a querer internacionalizar-se. A exportação é o modo de entrada nos mercados internacionais mais simples e maioritariamente escolhido pelas PME, uma vez que exige menores recursos financeiros ou de outro tipo, comparativamente com outros modos de entrada mais exigentes (Dalli, 1995). Assim, sendo as PME as principais impulsionadoras da economia portuguesa, é premente estudar quais os fatores que afetam a sua propensão a exportar, bem como o potencial de internacionalização das PME da região norte de Portugal.

Tendo por base uma amostra de 5.738 PME da região norte de Portugal, o presente trabalho avaliou, através da utilização do teste não paramétrico Kruskal-Wallis, se há diferenças estatisticamente significativas entre as características das empresas não exportadoras, exportadoras e exportadoras esporádicas, nomeadamente ao nível da dimensão, idade, produtividade e inovação, de um ponto de vista setorial e regional. Os resultados empíricos evidenciam que, com exceção da “idade” (no setor Material de Transporte, assim como nas regiões do Alto Minho, Alto Tâmega e Trás-os-Montes) e da “inovação” (na região de Trás-os-Montes), em todas as restantes variáveis as diferenças são estatisticamente significativas nos setores de atividades e regiões analisadas, pelo que todas as características enunciadas das empresas em estudo têm um papel relevante na determinação da propensão à exportação.

Adicionalmente, procedeu-se ao teste não paramétrico de Dunn, com a pretensão de verificar se as características internas analisadas do grupo de empresas exportadoras são, de forma significativa, estatisticamente superiores às do grupo de empresas não exportadoras e exportadoras esporádicas. Os resultados empíricos concluem que, excetuando a “idade” (no setor Material de Transporte e nas regiões do Alto Minho, Alto Tâmega e Trás-os-Montes), a “produtividade” (no setor Material de Transporte) e a “inovação” (em Trás-os-Montes), os valores médios obtidos em todas as “proxy” do grupo de empresas exportadoras, de todas os setores de atividade e regiões, são significativa e estatisticamente superiores aos 2 restantes grupos de empresas em estudo. A este respeito, no decorrer do presente trabalho foi possível concluir que as empresas exportadoras têm, em média, maior dimensão (superior número de empregados e volume de negócios total), idade, produtividade e são mais inovadoras comparativamente com as não exportadoras e as exportadoras esporádicas. Paralelamente,

as características das exportadoras esporádicas também são sempre “superiores” às da não exportadoras, com exceção da inovação.

Segundo a revisão de literatura amplamente abordada no presente estudo, as empresas com maior dimensão, mais antigas, mais produtivas e mais inovadoras têm uma propensão superior a exportar. Neste sentido, consideraram-se como tendo maior potencial a exportar, os setores e as regiões constituídos pelas empresas não exportadoras e exportadoras esporádicas que detêm os valores médios mais elevados no que concerne à dimensão, idade, produtividade e inovação. Assim, as empresas não exportadoras e exportadoras esporádicas que constituem os setores de atividade Alimentar e Bebidas (principalmente devido à dimensão, idade e inovação), Calçado (particularmente no que que respeita à dimensão), Maquinaria e Material Elétrico (evidenciaram-se na idade, produtividade e inovação) e Material de Transporte (destacaram-se na dimensão e idade) detêm maior propensão a exportar e um superior potencial de internacionalização.

A nível regional, é premente evidenciar as empresas não exportadoras e exportadoras esporádicas que constituem as regiões do Alto Minho (nomeadamente no que diz respeito à dimensão), da Área Metropolitana do Porto (principalmente no que concerne à idade, produtividade e inovação), do Douro (notabilizaram-se pela dimensão, idade, produtividade e inovação) e do Tâmega e Sousa (evidenciaram-se pela dimensão), que correspondem às regiões com superior potencial a internacionalizar via exportação.

No que diz respeito aos inquéritos realizados a 120 PME da região norte de Portugal, no âmbito das atividades realizadas na empresa onde decorreu o estágio curricular, destaca-se que, em média, a maior motivação de entrada nos mercados internacionais é a experiência pessoal e o perfil do empresário, através de exportações diretas. O principal obstáculo que as empresas sentem quando iniciam a sua atividade no mercado internacional é a elevada concorrência no mercado de destino.

O presente estudo é ainda relevante do ponto de vista político, na medida em que poderá auxiliar os seus decisores na formulação de estratégias adequadas de apoio à internacionalização e especificamente dirigidas a setores e regiões com maior potencial de exportação. Aqui, poder-se-ão incluir a promoção de benefícios fiscais que permitam às PME contratar um maior número de trabalhadores, diminuir a “carga fiscal” para possibilitar às empresas aumentarem os seus volumes de negócios ou perdurarem mais anos em atividade, promover o desenvolvimento e a articulação entre as universidades e as PME, no sentido de as empresas possuírem nos seus quadros profissionais com elevadas qualificações, o que

pode resultar numa maior produtividade e num aumento do investimento em inovação. A este respeito, é fundamental haver um reforço dos apoios governamentais direcionados para a I&D, uma vez que o incremento de inovação das empresas tem como possível consequência o aumento da produtividade das mesmas, dois fatores intimamente correlacionados com o acréscimo de propensão a exportar das empresas.

Apesar de todas as mais-valias do presente trabalho, existem algumas limitações. Ao analisarem-se as características das empresas entre três “estatutos”, com o intuito de se retirarem conclusões quanto à propensão a exportar entre setores de atividade e regiões, contudo não é possível concluir, posteriormente a uma PME iniciar o processo de exportação, em que medida é que as características internas das empresas irão influenciar a intensidade exportadora. Adicionalmente, o inquérito exposto no presente trabalho, foi elaborado de forma precedente a ter sido realizada a revisão de literatura, pelo que houve questões que não foram colocadas e poderiam tê-lo sido.

Referências bibliográficas

- Arnold, J. M., & Hussinger, K. (2005). Export behavior and firm productivity in German manufacturing: a firm-level analysis. *Review of World Economics*, 141(2), 219-243.
- Becker, S. O., & Egger, P. H. (2013). Endogenous product versus process innovation and a firm's propensity to export. *Empirical Economics*, 44(1), 329-354.
- Bonaccorsi, A. (1992). On the relationship between firm size and export intensity. *Journal of international business studies*, 23(4), 605-635.
- Brouthers, K. D. (2002). Institutional, cultural and transaction cost influences on entry mode choice and performance. *Journal of international business studies*, 33(2), 203-221.
- Castellani, D. (2002). Export behavior and productivity growth: Evidence from Italian manufacturing firms. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 138(4), 605-628.
- Cerrato, D., & Piva, M. (2012). The internationalization of small and medium-sized enterprises: the effect of family management, human capital and foreign ownership. *Journal of Management & Governance*, 16(4), 617-644.
- Comissão Europeia (2015). Guia do Utilizador relativo à definição de PME. Retirado de: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/15582/attachments/1/translations/pt/renditions/native>, acedido a 3 de novembro de 2017.
- Dalli, D. (1995). The organization of exporting activities: relationships between internal and external arrangements. *Journal of Business Research*, 34(2), 107-115.
- Dominguez, N., & Mayrhofer, U. (2017). Internationalization stages of traditional SMEs: Increasing, decreasing and re-increasing commitment to foreign markets. *International Business Review*, 26(6), 1051-1063.
- Eliasson, K., Hansson, P., & Lindvert, M. (2012). Do firms learn by exporting or learn to export? Evidence from small and medium-sized enterprises. *Small Business Economics*, 39(2), 453-472.
- Estrin, S., Meyer, K. E., Wright, M., & Foliano, F. (2008). Export propensity and intensity of subsidiaries in emerging economies. *International Business Review*, 17(5), 574-586.
- Fernández, Z., & Nieto, M. J. (2006). Impact of ownership on the international involvement of SMEs. *Journal of international business studies*, 37(3), 340-351.
- Gallego, M. A., Hidalgo, E. R., Acedo, F. J., Casillas, J. C., & Moreno, A. M. (2009). The relationship between timing of entry into a foreign market, entry mode decision and market selection. *Time & society*, 18(2-3), 306-331.

- Ganotakis, P., & Love, J. H. (2012). Export propensity, export intensity and firm performance: The role of the entrepreneurial founding team. *Journal of International Business Studies*, 43(8), 693-718.
- Grant, R. M., & Baden-Fuller, C. (2004). A knowledge accessing theory of strategic alliances. *Journal of management studies*, 41(1), 61-84.
- Gumede, V. (2004). Export propensities and intensities of small and medium manufacturing enterprises in South Africa. *Small Business Economics*, 22(5), 379-389.
- Hill, C. W., Hwang, P., & Kim, W. C. (1990). An eclectic theory of the choice of international entry mode. *Strategic management journal*, 11(2), 117-128.
- Hoffmann, W. H., & Schlosser, R. (2001). Success factors of strategic alliances in small and medium-sized enterprises - An empirical survey. *Long range planning*, 34(3), 357-381.
- INE (2007), "Classificação Portuguesa das Actividades Económicas Rev.3", Instituto Nacional de Estatística ISSN 1645-7315, Portugal.
- Javalgi, R. G., & Todd, P. R. (2011). Entrepreneurial orientation, management commitment, and human capital: The internationalization of SMEs in India. *Journal of Business Research*, 64(9), 1004-1010.
- Javalgi, R. G., White, D. S., & Lee, O. (2000). Firm characteristics influencing export propensity: an empirical investigation by industry type. *Journal of Business Research*, 47(3), 217-228.
- Johanson, J., & Mattsson, L.-G. (1988). Internationalisation in industrial systems - a network approach, Hood, N. & Vahlne, J.-E. (Eds.) *Strategies in Global Competition* (pp. 287-314). Nova Iorque: Croom Helm.
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). The internationalization process of the firm - a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of international business studies*, 8(1), 23-32.
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of international business studies*, 40(9), 1411-1431.
- Johanson, J., & Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm - four Swedish cases. *Journal of management studies*, 12(3), 305-323.
- Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of international business studies*, 35(2), 124-141.

- Kumar, V., & Subramanian, V. (1997). A contingency framework for the mode of entry decision. *Journal of world Business*, 32(1), 53-72.
- Lafontaine, F. (1992). Agency theory and franchising: some empirical results. *The rand Journal of Economics*, 263-283.
- Lages, L. F., & Montgomery, D. B. (2004). Export performance as an antecedent of export commitment and marketing strategy adaptation: Evidence from small and medium-sized exporters. *European Journal of Marketing*, 38(9/10), 1186-1214.
- Laufs, K., & Schwens, C. (2014). Foreign market entry mode choice of small and medium-sized enterprises: A systematic review and future research agenda. *International Business Review*, 23(6), 1109-1126.
- Lejpras, A. (2015). Knowledge, location, and internationalization: empirical evidence for manufacturing SMEs. *Economics of Innovation and New Technology*, 24(8), 734-754.
- Leonidou, L. C. (2004). An analysis of the barriers hindering small business export development. *Journal of small business management*, 42(3), 279-302.
- Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., & Coudounaris, D. N. (2010). Five decades of business research into exporting: A bibliographic analysis. *Journal of International Management*, 16(1), 78-91.
- Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., Palihawadana, D., & Spyropoulou, S. (2007). An analytical review of the factors stimulating smaller firms to export: Implications for policy-makers. *International Marketing Review*, 24(6), 735-770.
- Love, J. H., Roper, S., & Zhou, Y. (2016). Experience, age and exporting performance in UK SMEs. *International Business Review*, 25(4), 806-819.
- Lu, J. W., & Beamish, P. W. (2001). The internationalization and performance of SMEs. *Strategic management journal*, 22(6-7), 565-586.
- Mañez, J. A., Rochina, M. E., & Sanchis, J. A. (2004). The decision to export: a panel data analysis for Spanish manufacturing. *Applied Economics Letters*, 11(11), 669-673.
- Mittelstaedt, J. D., Ward, W. A., & Nowlin, E. (2006). Location, industrial concentration and the propensity of small US firms to export: Entrepreneurship in the international marketplace. *International Marketing Review*, 23(5), 486-503.
- Obben, J., & Magagula, P. (2003). Firm and managerial determinants of the export propensity of small and medium-sized enterprises in Swaziland. *International Small Business Journal*, 21(1), 73-91.

- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (1994). Toward a theory of international new ventures. *Journal of international business studies*, 25(1), 45-64.
- Pan, Y., & Tse, D. K. (2000). The hierarchical model of market entry modes. *Journal of international business studies*, 31(4), 535-554.
- Peng, M. W., & York, A. S. (2001). Behind intermediary performance in export trade: Transactions, agents, and resources. *Journal of international business studies*, 32(2), 327-346.
- Pinho, J. C., & Martins, L. (2010). Exporting barriers: Insights from Portuguese small- and medium-sized exporters and non-exporters. *Journal of international Entrepreneurship*, 8(3), 254-272.
- Pordata(2016).Retirado:<https://www.pordata.pt/Portugal/Pequenas+e+m%C3%A9dia+s+empresas+em+percentagem+do+total+de+empresas+total+e+por+dimens%C3%A3o-2859>, acedido em novembro de 2017.
- Rennie, M. W. (1993). Born global. *The McKinsey Quarterly*, (4), 45-53.
- Requena-Silvente, F. (2005). The decision to enter and exit foreign markets: Evidence from UK SMEs. *Small Business Economics*, 25(3), 237-253.
- Ruzzier, M., Antoncic, B., Hisrich, R. D., & Konecnik, M. (2007). Human capital and SME internationalization: A structural equation modeling study. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 24(1), 15-29.
- Schweizer, R., Vahlne, J.-E., & Johanson, J. (2010). Internationalization as an entrepreneurial process. *Journal of International Entrepreneurship*, 8(4), 343-370.
- Serra, F., Pointon, J., & Abdou, H. (2012). Factors influencing the propensity to export: A study of UK and Portuguese textile firms. *International Business Review*, 21(2), 210-224.
- Sharma, V. M., & Erramilli, M. K. (2004). Resource-based explanation of entry mode choice. *Journal of Marketing theory and Practice*, 12(1), 1-18.
- Sterlacchini, A. (2001). The determinants of export performance: A firm-level study of Italian manufacturing. *Review of World Economics*, 137(3), 450-472.
- Suárez-Ortega, S. M., & Alamo-Vera, F. R. (2005). SMES' internationalization: firms and managerial factors. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(4), 258-279.
- Suh, T., Yi, H. C., & Houston, M. B. (2011). Reassessing firm size in international marketing research. *Journal of Global Marketing*, 24(1), 85-99.
- Teece, D. J. (1992). Competition, cooperation, and innovation: Organizational arrangements for regimes of rapid technological progress. *Journal of economic behavior & organization*, 18(1), 1-25.

Todeva, E., & Knoke, D. (2005). Strategic alliances and models of collaboration. *Management Decision*, 43(1), 123-148.

UNCTAD(2018).Retirado:[http://unctad.org/en/Pages/DIAE/Foreign-Direct-Investment-\(FDI\).aspx](http://unctad.org/en/Pages/DIAE/Foreign-Direct-Investment-(FDI).aspx), acedido em fevereiro de 2018.

Ural, T. (2009). The effects of relationship quality on export performance: A classification of small and medium-sized Turkish exporting firms operating in single export-market ventures. *European Journal of Marketing*, 43(1/2), 139-168.

Wagner, J. (2007). Exports and productivity: A survey of the evidence from firm-level data. *The World Economy*, 30(1), 60-82.

Welch, L. S., & Luostarinen, R. (1988). Internationalization: Evolution of a concept. *Journal of general management*, 14(2), 34-55.

Yang, C. H., Chen, J. R., & Chuang, W. B. (2004). Technology and export decision. *Small Business Economics*, 22(5), 349-364.

Yilmaz, K. (2013). Comparison of quantitative and qualitative research traditions: Epistemological, theoretical, and methodological differences. *European Journal of Education*, 48(2), 311-325

Young, S., Hamill, J., Wheeler, C., & Davies, J. R. (1989). *International market entry and development: strategies and management*. Harvester Wheatsheaf

Zhang, Y., Zhang, Z., & Liu, Z. (2007). Choice of entry modes in sequential FDI in an emerging economy. *Management Decision*, 45(4), 749-772.

ANEXO 1

Tabela A1 - Descrição oficial dos setores de atividade e respetiva correspondência à nomenclatura utilizada no presente documento.

Código CAE REV. 3 Principal	Descrição oficial	Descrição utilizada
10	Indústrias alimentares	Alimentar e Bebidas
11	Indústria das bebidas	Alimentar e Bebidas
13	Fabricação de têxteis	Têxtil
14	Indústria do vestuário	Têxtil
15	Indústria do couro e dos produtos do couro	Calçado
22	Fabricação de artigos de borracha e de matérias plásticas	Plástico
24	Indústrias metalúrgicas de base	Metais
25	Fabricação de produtos metálicos, exceto máquinas e equipamentos	Metais
27	Fabricação de equipamento eléctrico	Maquinaria e Material Elétrico
28	Fabricação de máquinas e de equipamentos, n.e.	Maquinaria e Material Elétrico
29	Fabricação de veículos automóveis, reboques, semi-reboques e componentes para veículos automóveis	Material de Transporte
30	Fabricação de outro equipamento de transporte	Material de Transporte
31	Fabricação de mobiliário e de colchões	Mobiliário

Fonte: INE (2007)

ANEXO 2

Tabela A2 – Resultados obtidos pelo teste de Dunn: análise por setor de atividade.

Alimentar e Bebidas		Diferença entre as médias (I-J)				
(I)	(J)	Dimensão (emp)	Dimensão (VN)	Idade	Produtividade	Inovação
0	1	-2.47e+01 (0.0000)	-4.03e+01 (0.0000)	-8.092762 (0.0000)	-3.82e+01 (0.0000)	-1.98e+01 (0.0000)
0	2	-6.939659 (0.0000)	-1.63e+01 (0.0000)	0.031040 (0.4876)	-1.90e+01 (0.0000)	-4.040303 (0.0000)
1	2	13.961245 (0.0000)	18.188278 (0.0000)	6.625639 (0.0000)	14.174298 (0.0000)	12.523111 (0.0000)
Calçado		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-4.08e+01 (0.0000)	-5.34e+01 (0.0000)	-2.61e+01 (0.0000)	-3.00e+01 (0.0000)	-2.99e+01 (0.0000)
0	2	-1.24e+01 (0.0000)	-2.51e+01 (0.0000)	-1.05e+01 (0.0000)	-1.81e+01 (0.0000)	-8.949480 (0.0000)
1	2	24.370639 (0.0000)	23.069755 (0.0000)	12.981013 (0.0000)	8.957475 (0.0000)	18.011199 (0.0000)
Maq. e Material Elétrico		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-2.37e+01 (0.0000)	-2.67e+01 (0.0000)	-3.830976 (0.0001)	-1.24e+01 (0.0000)	-1.44e+01 (0.0000)
0	2	-6.564457 (0.0000)	-8.386522 (0.0000)	3.696070 (0.0001)	-4.151972 (0.0000)	-4.822690 (0.0000)
1	2	24.892575 (0.0000)	26.630530 (0.0000)	11.041110 (0.0000)	11.932519 (0.0000)	13.900908 (0.0000)
Material de Transporte		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-1.01e+01 (0.0000)	-1.04e+01 (0.0000)	-1.539653 (0.0618)	-5.353999 (0.0000)	-7.693835 (0.0000)
0	2	-1.209520 (0.1132)	-1.646399 (0.0498)	-0.270433 (0.3934)	-3.675533 (0.0001)	-1.146261 (0.1258)
1	2	10.991960 (0.0000)	10.801663 (0.0000)	1.558088 (0.0596)	1.547901 (0.0608)	8.076208 (0.0000)
Metais		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-5.05e+01 (0.0000)	-5.47e+01 (0.0000)	-1.15e+01 (0.0000)	-2.45e+01 (0.0000)	-2.80e+01 (0.0000)
0	2	-2.41e+01 (0.0000)	-2.60e+01 (0.0000)	1.225670 (0.1102)	-6.695970 (0.0000)	-9.313706 (0.0000)
1	2	33.485413 (0.0000)	36.347028 (0.0000)	15.414575 (0.0000)	22.042806 (0.0000)	23.292117 (0.0000)
Mobiliário		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-2.78e+01 (0.0000)	-2.94e+01 (0.0000)	-2.197969 (0.0140)	-1.42e+01 (0.0000)	-1.19e+01 (0.0000)
0	2	-1.13e+01 (0.0000)	-1.28e+01 (0.0000)	1.158413 (0.1233)	-5.140294 (0.0000)	-2.843452 (0.0022)
1	2	23.835428 (0.0000)	24.110383 (0.0000)	4.794458 (0.0000)	13.153686 (0.0000)	13.034683 (0.0000)
Plástico		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-2.17e+01 (0.0000)	-2.13e+01 (0.0000)	-7.215533 (0.0000)	-8.104614 (0.0000)	-1.06e+01 (0.0000)

0	2	-8.012825 (0.0000)	-7.816030 (0.0000)	-0.524896 (0.2998)	-1.325582 (0.0925)	-3.712611 (0.0000)
1	2	19.309353 (0.0000)	18.988772 (0.0000)	9.722960 (0.0000)	9.785004 (0.0000)	9.699746 (0.0000)
Têxtil		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-5.01e+01 (0.0000)	-7.35e+01 (0.0000)	-3.48e+01 (0.0000)	-4.41e+01 (0.0000)	-3.62e+01 (0.0000)
0	2	-1.97e+01 (0.0000)	-3.07e+01 (0.0000)	-1.17e+01 (0.0000)	-1.74e+01 (0.0000)	-9.736655 (0.0000)
1	2	30.349451 (0.0000)	42.563061 (0.0000)	23.150298 (0.0000)	26.584236 (0.0000)	26.673728 (0.0000)
Total		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-8.96e+01 (0.0000)	-1.22e+02 (0.0000)	-4.21e+01 (0.0000)	-7.47e+01 (0.0000)	-6.12e+01 (0.0000)
0	2	-2.42e+01 (0.0000)	-4.80e+01 (0.0000)	-8.744505 (0.0000)	-3.69e+01 (0.0000)	-1.54e+01 (0.0000)
1	2	68.927142 (0.0000)	77.788372 (0.0000)	35.197316 (0.0000)	39.474966 (0.0000)	48.314669 (0.0000)

Legenda: 0 – Não exportadora; 1 – Exportadora; 2 – Exportadora esporádica.

Nota: A tabela fornece, para cada par comparado, a estatística z-test e o p-value.

ANEXO 3

Tabela A3 – Resultados obtidos pelo teste de Dunn: análise por região.

Alto Minho		Diferença entre as médias (I-J)				
(I)	(J)	Dimensão (emp)	Dimensão (VN)	Idade	Produtividade	Inovação
0	1	-1.35e+01 (0.0000)	-2.26e+01 (0.0000)	1.762848 (0.0390)	-1.51e+01 (0.0000)	-6.561679 (0.0000)
0	2	-6.881289 (0.0000)	-1.11e+01 (0.0000)	1.860296 (0.0314)	-9.262504 (0.0000)	1.091615 (0.1375)
1	2	6.808710 (0.0000)	11.921082 (0.0000)	0.145158 (0.4423)	5.969802 (0.0000)	8.130156 (0.0000)
Alto Tâmega		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-5.359115 (0.0000)	-9.273610 (0.0000)	0.872321 (0.1915)	-6.443406 (0.0000)	-3.989269 (0.0000)
0	2	0.792811 (0.2139)	-1.013906 (0.1553)	-0.170736 (0.4322)	-0.242962 (0.4040)	0.400470 (0.3444)
1	2	5.774913 (0.0000)	7.847449 (0.0000)	-0.977494 (0.1642)	5.867551 (0.0000)	4.128187 (0.0000)
Área Met. Porto		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-6.38e+01 (0.0000)	-7.93e+01 (0.0000)	-2.25e+01 (0.0000)	-4.47e+01 (0.0000)	-4.13e+01 (0.0000)
0	2	-1.85e+01 (0.0000)	-3.14e+01 (0.0000)	-2.391799 (0.0084)	-2.42e+01 (0.0000)	-9.101885 (0.0000)
1	2	49.039566 (0.0000)	51.713380 (0.0000)	21.964585 (0.0000)	21.896480 (0.0000)	34.971619 (0.0000)
Ave		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-3.85e+01 (0.0000)	-5.56e+01 (0.0000)	-2.32e+01 (0.0000)	-3.51e+01 (0.0000)	-2.84e+01 (0.0000)
0	2	-1.32e+01 (0.0000)	-2.07e+01 (0.0000)	-5.815491 (0.0000)	-1.26e+01 (0.0000)	-6.384562 (0.0000)
1	2	27.125047 (0.0000)	37.410227 (0.0000)	18.647700 (0.0000)	24.145803 (0.0000)	23.602219 (0.0000)
Cávado		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-3.45e+01 (0.0000)	-4.91e+01 (0.0000)	-2.06e+01 (0.0000)	-3.41e+01 (0.0000)	-2.39e+01 (0.0000)
0	2	-8.772109 (0.0000)	-2.22e+01 (0.0000)	-4.348997 (0.0000)	-1.98e+01 (0.0000)	-9.860342 (0.0000)
1	2	25.231707 (0.0000)	25.634880 (0.0000)	15.938883 (0.0000)	13.192791 (0.0000)	13.430621 (0.0000)
Douro		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-1.06e+01 (0.0000)	-1.35e+01 (0.0000)	-1.82565 (0.0340)	-1.16e+01 (0.0000)	-9.177245 (0.0000)
0	2	-0.953951 (0.1701)	-3.355200 (0.0004)	3.115432 (0.0009)	-5.032286 (0.0000)	-2.062809 (0.0196)
1	2	9.772061 (0.0000)	10.364037 (0.0000)	4.964953 (0.0000)	6.710975 (0.0000)	7.234404 (0.0000)
Tâmega e Sousa		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-3.28e+01 (0.0000)	-4.63e+01 (0.0000)	-2.16e+01 (0.0000)	-2.63e+01 (0.0000)	-2.32e+01 (0.0000)
0	2	-4.177344 (0.0000)	-1.65e+01 (0.0000)	-6.859929 (0.0000)	-1.06e+01 (0.0000)	-6.717483 (0.0000)

1	2	29.621631 (0.0000)	30.800468 (0.0000)	15.214660 (0.0000)	16.150475 (0.0000)	17.003244 (0.0000)
Trás-os-Montes		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-1.08e+01 (0.0000)	-1.43e+01 (0.0000)	-1.047133 (0.1475)	-9.971844 (0.0000)	-2.997387 (0.0014)
0	2	-6.746631 (0.0000)	-6.218131 (0.0000)	0.125039 (0.4502)	-3.544887 (0.0002)	-1.801275 (0.0358)
1	2	5.195208 (0.0000)	9.397040 (0.0000)	1.245221 (0.1065)	7.327215 (0.0000)	1.498504 (0.0670)
Total		Diferença entre as médias (I-J)				
0	1	-8.96e+01 (0.0000)	-1.22e+02 (0.0000)	-4.21e+01 (0.0000)	-7.47e+01 (0.0000)	-6.12e+01 (0.0000)
0	2	-2.42e+01 (0.0000)	-4.80e+01 (0.0000)	-8.744505 (0.0000)	-3.69e+01 (0.0000)	-1.54e+01 (0.0000)
1	2	68.927142 (0.0000)	77.788372 (0.0000)	35.197316 (0.0000)	39.474966 (0.0000)	48.314669 (0.0000)

Legenda: 0 – Não exportadora; 1 – Exportadora; 2 – Exportadora esporádica.

Nota: A tabela fornece, para cada par comparado, a estatística z-test e o p-value.

ANEXO 4

Tabela A4 – Motivações para a internacionalização - Análise aos inquéritos efetuados, por setor de atividade

Setor de Atividade	Experiência pessoal e perfil do empresário	Alargamento do leque de recursos humanos e/ou financeiros	Evolução tecnológica ao nível da comunicação e logística	Caraterísticas dos Recursos Humanos disponíveis
Bebidas	3,82	2,82	2,64	2,82
Calçado	3,94	3,41	3,41	3,41
Maq. e Material Elétrico	4,13	2,73	3,67	3,40
Material de Transporte	3,29	3,00	3,43	2,57
Metais	3,84	3,40	3,08	3,60
Mobiliário	4,29	3,64	3,93	4,00
Plástico	3,67	2,67	3,56	3,33
Têxtil	4,09	3,00	3,23	2,86
Média Total	3,94	3,14	3,34	3,31

ANEXO 5

Tabela A5 – Motivações para a internacionalização - Análise aos inquéritos efetuados, por região.

NUT III	Experiência pessoal e perfil do empresário	Alargamento do leque de recursos humanos e/ou financeiros	Evolução tecnológica ao nível da comunicação e logística	Caraterísticas dos Recursos Humanos disponíveis
Alto Minho	3,75	2,88	2,25	2,88
Alto Tâmega	3,00	3,50	2,00	3,00
Área Met. Porto	3,78	3,24	3,37	3,24
Ave	4,21	3,00	3,79	3,29
Cávado	4,23	3,18	3,64	3,59
Douro	4,00	2,63	2,63	3,00
Tâmega e Sousa	3,95	3,23	3,41	3,32
Trás-os-Montes	3,67	3,33	4,00	4,33
Média Total	3,94	3,14	3,34	3,31

ANEXO 6

Tabela A6 - Estratégias de entrada no principal mercado internacional - Análise aos inquéritos efetuados por setor de atividade.

Setor de Atividade	Exportações Indiretas	Exportações Diretas	Exportações diretas via E-commerce	Licenciamento / Franchising	Filial comercial	Filial industrial
Bebidas	27,27%	72,73%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Calçado	23,53%	76,47%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Maq. e Material Elétrico	26,67%	60,00%	0,00%	0,00%	6,67%	6,67%
Material de Transporte	28,57%	57,14%	0,00%	0,00%	14,29%	0,00%
Metais	44,00%	56,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Mobiliário	64,29%	35,71%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Plástico	33,33%	66,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Têxtil	22,73%	72,73%	0,00%	0,00%	4,55%	0,00%
Média Total	34,17%	62,50%	0,00%	0,00%	2,50%	0,83%

ANEXO 7

Tabela A7 - Estratégias de entrada no principal mercado internacional - Análise aos inquéritos efetuados por região.

NUT III	Exportações Indiretas	Exportações Diretas	Exportações diretas via E-commerce	Licenciamento / franchising	Filial comercial	Filial industrial
Alto Minho	62,50%	12,50%	0,00%	0,00%	25,00%	0,00%
Alto Tâmega	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Área Met. Porto	36,59%	58,54%	0,00%	0,00%	2,44%	2,44%
Ave	14,29%	85,71%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Cávado	45,45%	54,55%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Douro	25,00%	75,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Tâmega e Sousa	27,27%	72,73%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Trás-os-Montes	33,33%	66,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Média Total	34,17%	62,50%	0,00%	0,00%	2,50%	0,83%

ANEXO 8

Tabela A8 – Principais obstáculos de entrada no principal mercado internacional - Análise aos inquéritos efetuados por setor de atividade.

Setor de Atividade	Lacunas de conhecimentos sobre o mercado internacional	Barreiras linguísticas e culturais	Quadros com insuficiente experiência internacional	Concorrência no mercado de destino	Limitações na área da logística
Bebidas	2,45	1,73	2,09	3,64	2,55
Calçado	1,71	1,65	1,76	2,53	1,47
Maq. e Material Elétrico	2,13	1,47	1,73	3,27	1,53
Material de Transporte	2,29	1,29	1,57	2,57	2,43
Metais	2,20	2,20	2,68	3,72	2,80
Mobiliário	2,57	2,21	2,29	3,71	2,57
Plástico	3,00	2,22	2,67	3,56	3,56
Têxtil	2,64	2,14	3,05	3,00	2,23
Média Total	2,33	1,93	2,33	3,28	2,33

ANEXO 9

Tabela A9 – Principais obstáculos de entrada no principal mercado internacional - Análise aos inquéritos efetuados por região.

NUT III	Lacunas de conhecimento sobre o mercado internacional	Barreiras linguísticas e culturais	Quadros com insuficiente experiência internacional	Concorrência no mercado de destino	Limitações na área da logística
Alto Minho	2,25	1,63	2,50	2,75	2,13
Alto Tâmega	2,50	3,00	1,50	4,00	2,00
Área Met. Porto	2,29	1,76	2,17	3,29	2,29
Ave	2,14	1,79	2,36	2,93	1,86
Cávado	2,41	2,23	2,50	3,41	2,68
Douro	2,50	1,63	2,50	3,63	2,88
Tâmega e Sousa	2,36	2,00	2,27	3,32	2,14
Trás-os-Montes	2,67	3,00	3,33	3,33	3,33
Média Total	2,33	1,93	2,33	3,28	2,33

ANEXO 10

Tabela A10 – Inquérito realizado a 120 PME da região norte de Portugal

Responsável pelas informações: _____ Função: _____

1. Empresa

Designação: (Pré-preenchido) _____ NIF: (Pré-preenchido) _____

Ano de início de atividade: _____ Ano de início da internacionalização: _____ (Intensidade Exportadora >5%)

Volume de negócios (milhares € / 2016): _____ Volume de negócios internacional (milhares € / 2016): _____

Nº. Trabalhadores (2016): _____

Nº de países de exportação (2016): União Europeia (UE) - _____ Fora da UE - _____;
Fora da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) - _____

Proporção da gama de produtos que é internacionalizável (% / 2016): _____

2. Motivações para a internacionalização

(1 - Nada relevante; 2 - Pouco relevante; 3 - Relevante; 4 - Muito relevante; 5 - Extremamente relevante)

1. Experiência pessoal e perfil do empresário
2. Mercado interno esgotado
3. Alargamento do leque de recursos (humanos, financeiros)
4. Acompanhar percurso de clientes/parceiros
5. Acompanhar percurso de concorrentes
6. Sistema de Incentivos à internacionalização em Portugal
7. Evolução tecnológica ao nível da comunicação e logística
8. Características do produto
9. Características dos Recursos Humanos disponíveis

3. Critérios de escolha de Mercados

(1 - Nada relevante; 2 - Pouco relevante; 3 - Relevante; 4 - Muito relevante; 5 - Extremamente relevante)

1. Proximidade física
2. Proximidade linguística e cultural
3. Dimensão / potencial do Mercado
4. Contacto comercial já existente
5. Acompanhar concorrentes
6. Potencial antecipado do produto no mercado destino
7. Efeitos na competitividade do Preço
8. Mercados tradicionais para o setor

4. Ranking dos Mercados Internacionais mais importantes para a Empresa de acordo com o Volume de Negócios atual

	Países
1º. Mercado	
2º. Mercado	
3º. Mercado	
4º. Mercado	
5º. Mercado	

4.1. Estratégias de entrada utilizadas por mercado internacional, para os mercados mais importantes

	1. Exportações realizadas indiretamente através de distribuidor	2. Exportações realizadas diretamente via equipa comercial	3. Exportações realizadas diretamente via E-commerce	4. Licenciamento / franchising	5. Filial comercial	6. Filial industrial
1º. Mercado						
2º. Mercado						
3º. Mercado						
4º. Mercado						
5º. Mercado						

4.2. Estratégias utilizadas atualmente por mercado internacional, para os mercados mais importantes

	1. Exportações realizadas indiretamente através de distribuidor	2. Exportações realizadas diretamente via equipa comercial	3. Exportações realizadas diretamente via E-commerce	4. Licenciamento / franchising	5. Filial comercial	6. Filial industrial
1º. Mercado						
2º. Mercado						
3º. Mercado						
4º. Mercado						
5º. Mercado						

5. **Classifique o impacto da internacionalização da sua empresa ao nível dos seguintes indicadores**

(1 - Muito negativo; 2 - Negativo; 3 - Sem Impacto; 4 – Positivo; 5 - Muito Positivo)

1. Volume de negócios
2. Volume de negócios Nacional
3. Lucros
4. Endividamento
5. Novas áreas de negócio

6. **Principais obstáculos encontrados à internacionalização**

(1 - Nada relevante; 2 - Pouco relevante; 3 - Relevante; 4. - Muito relevante; 5 - Extremamente relevante)

1. Lacunas de conhecimentos sobre o mercado internacional
2. Barreiras linguísticas e culturais
3. Quadros com insuficiente experiência internacional
4. Necessidade de efetuar alterações significativas aos produtos
5. Acesso a financiamento
6. Risco cambial
7. Obrigatoriedade de estabelecimento de estrutura organizacional no exterior
8. Concorrência no mercado de destino
9. Limitações na área da logística
10. Burocracia aspetos legais e políticos nos países de destino

7. **Como caracteriza os produtos internacionalizados**

1. Os mesmos produtos comercializados em território nacional
2. Produtos com ligeiras adaptações (packaging, traduções, aspetos legais)
3. Produtos com adaptações significativas
4. Novos Produtos

8. **Outros aspetos revelantes relativos ao processo de internacionalização**

(Sim ou Não)

1. Dispõem de Website em duas ou mais línguas?
2. A estratégia de internacionalização inclui o departamento de R&D ou incorporou atividades de R&D?
3. O processo de internacionalização dispôs de apoios/incentivos estatais/comunitários?
4. Participou em ações coletivas de internacionalização (Ex.: Stands comuns em feiras, roadshows, atividades de Associações empresariais)?
5. Investiu em estudos de mercado durante o processo de internacionalização?
6. A Quota de mercado nacional continuou a crescer após o arranque do processo de internacionalização?

9. Apoios à internacionalização

(1 - Nada relevante; 2 - Pouco relevante; 3 - Relevante; 4 - Muito relevante; 5 - Extremamente relevante)

1. Sistema de incentivos de apoio à internacionalização
2. Iniciativas coletivas através de ações de prospecção nos mercados externos (missões coletivas)
3. Iniciativas coletivas através de ações de presença nos mercados externos (feiras)
4. Iniciativas coletivas através de ações de promoção e marketing internacional
5. Estabelecimento de plataformas de partilha de conhecimento sobre internacionalização
6. Reforço das estruturas de apoio coletivas nos mercados de destino
7. Formação para capacitação para mercados internacionais
8. Financiamento através de linhas e seguros de crédito

10. Avalie o impacto do apoio à internacionalização das seguintes instituições:

(1 - Nada relevante; 2 - Pouco relevante; 3 - Relevante; 4 - Muito relevante; 5 - Extremamente relevante)

1. AICEP
2. AEP
3. Associações sectoriais
4. Entidades públicas do poder central
5. Entidades públicas do poder local